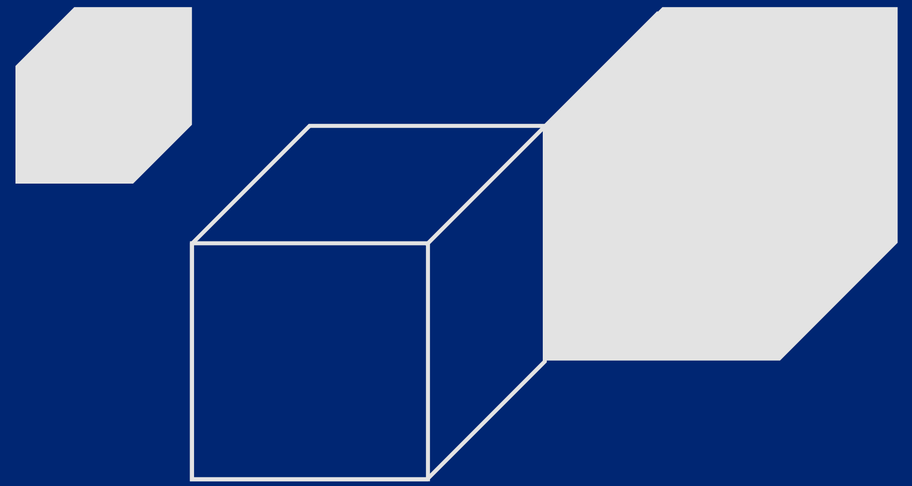
АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР



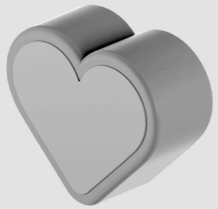
АКАР
АССОЦИАЦИЯ КОММУНИКАЦИОННЫХ АГЕНТСТВ РОССИИ

Аналитический Центр
АКАР/РАМУ/АРИР. Москва, 2024

О ЦЕНТРЕ

Крупнейшая экспертиза по рынку рекламы в России

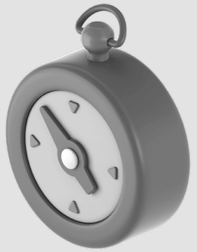
• Центр входит в структуру крупнейших рекламных ассоциаций АКАР / АРИР / РАМУ;



• Ведет плодотворное сотрудничество с большинством членов ассоциаций: рекламными и PR агентствами, рекламными компаниями и холдингами, сейлз - хаусами и медиа компаниями, продюсерскими центрами, и т.д.;

• Сотрудничает с ведущими исследовательскими компаниями;

• Работает как по заказу ассоциаций, так и напрямую с рекламодателями;



• В 2023 году число выполненных проектов - 83;

• На 2024 год запланировано 89 проектов (24 волновых и 65 Ad hoc).

О ЦЕНТРЕ

Ключевые направления деятельности

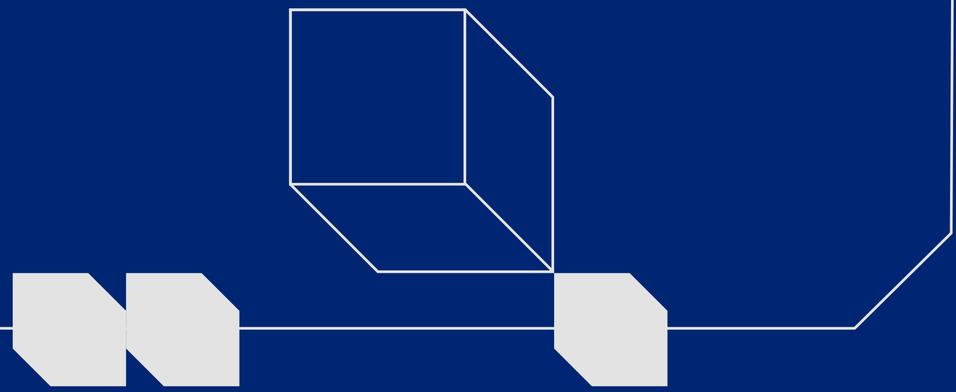
- Исследования игроков рекламного рынка: агентства и рекламодатели, структуры, организации, специализации, альянсы, группы, карты рынка, т.д.;
- Исследования имиджа и здоровья рекламных агентств, их уникальные предложения;
- Исследования рекламодателей и потребителей (пользователей);
- Изучение отношений b2b между рекламными агентствами и рекламодателями;
- Исследования отношения к рекламным и исследовательским продуктам;
- Изучение рекламных затрат (расходов), составление рейтинга по медиазатратам;
- Изучение рекламных рынков в РФ и за рубежом, изучение объемов рекламного рынка РФ;
- Ведение (5 сейчас) рейтингов АКАР в разных областях, создание новых рейтингов;
- Анализ и сбор данных по рекламным фестивалям и конкурсам, ведение обновление ресурса Ad-peak;
- Экспертные оценки рынка рекламы, маркетинга и исследований.

ПРИМЕРЫ ИНДУСТРИАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Основные продукты

- Ежегодное индустриальное исследование заработных плат в рекламных агентствах
- Ежегодное индустриальное исследование сегментов рекламного рынка: Карта креативных агентств*, карта агентств наружной рекламы (out of home/digital out of home, indoor/outdoor), карта радиорынка, карта промо рынка, карта Digital Non Media (DNM) рынка
- Создание и ведение для клиентов ассоциации специализированных карт по направлением деятельности, например, карта фармкоммуникаций, карта CRM агентств*, карта рынка AdTech
- Ежегодное индустриальное исследование рынка Аудио (Radiometer)
- Ежегодное исследованиенационального рынка телевизионного спонсорства (TV Sponsorship)
- Регулярные исследования по изучению влияния коронавируса на рекламную индустрию (16 штук)
- Ведение и обновление аналитического креативного ресурса Ad-Peak (на данный момент содержит более 333 тыс. креативных работ)

*данные могут быть предоставлены по решению соответствующего комитета АКАР / АРИР / РАМУ



ПРИМЕРЫ ИНДУСТРИАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Основные продукты

- Ежегодное исследование стоимости креативных услуг (стоимость и динамика основных креативных услуг)
- Исследование объёмов затрат государственных компаний и учреждений в социальных сетях
- Ежегодное исследование по изучению интерактивных технологий на рекламном рынке (Advertisers Barometer)
- Fraud & Brand Safety White Paper 2.0 (Исследование знания и использования верификационных технологий (viewability, invalid traffic, brand safety)
- Регулярное ежегодное исследование знания и отношения к саморегулированию на рынке рекламы РФ
- Ежегодное исследование имиджа рекламных агентств*
- Исследование неэтичных тендеров на рекламном рынке*
- Анализ рынка Influencer Marketing
- Исследование способов борьбы с фальсифицированной информацией*
- Исследование онлайн брендинга, онлайн сервисов
- Мониторинг стоимости маркетинговых услуг

*данные могут быть предоставлены по решению соответствующего комитета АКАР / АРИР / РАМУ

ПРИМЕРЫ ИНДУСТРИАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Основные продукты

• Исследование стоимости креативных услуг в регионах России по заказу АКАР-УРАЛ. Сравнительный анализ стоимости основных креативных услуг на региональном рынке. Выявление среднего количества вариантов креативного продукта, предлагаемых клиентам и доработок/итерации креативного продукта;

• Влияние кризисной ситуации на рынок интерактивной рекламы по заказу АРИР (четыре волны, 1-я волна: 9–10 марта 2022 года, 2-я волна: 22–23 марта 2022 года, 3-я волна: 05–06 апреля 2022 года, 4-я волна: 16–17 мая 2022 года). Изучение существующей ситуации на рынке интерактивной рекламы, оценка самочувствия игроков рынка и их ожиданий от будущего индустрии;

• Влияние кризиса на рынок труда в рекламной отрасли: март-июнь 2022 →

• Исследование амбассадоров АКАР: состояние регионального рекламного рынка 2022 →

• Исследование профессиональных требований на рынке труда в рекламной отрасли 2022

*данные могут быть предоставлены по решению соответствующего комитета АКАР / АРИР / РАМУ

ПРИМЕРЫ ИНДУСТРИАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Основные продукты

• Влияние кризиса на рынок труда в рекламной отрасли: март-июнь 2022

Дополнительное специальное Исследование HR-специалистов на предмет кризисных изменений на рынке труда: сокращение персонала, бюджетов, другие виды оптимизации.

• Исследование амбассадоров АКАР: состояние регионального рекламного рынка

Оценка состояния рекламного рынка региональными рекламными агентствами и амбассадорами АКАР – наиболее пострадавшие в кризис сегменты, особенности антикризисных стратегий регионов РФ, оценка перспектив рынка и т.д.

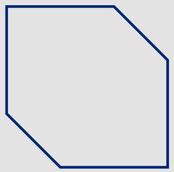
• Исследование профессиональных требований на рынке труда в рекламной отрасли

Оценка уровня образования сотрудников рекламных агентств, соответствия функционала образовательным компетенциям, компетенции работников, требования к кандидатам.

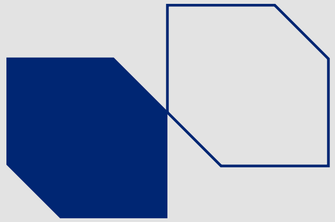
ПРИМЕРЫ ИНДУСТРИАЛЬНЫХ РЕЙТИНГОВ

Основные продукты

• Digital non-media rating (DNMR) АКАР – рейтинг диджитал нон-медиа услуг. Уникальный и единственный общепризнанный рейтинг, оценивающий диджитал нон-медиа услуги в РФ на основании группы показателей и критериев (финансовые показатели, штат, победы на фестивалях, мнение рекламодателей и конкурентов);



• Event services rating (ESR) – рейтинг бизнес-устойчивости в сфере ивент-услуг. Уникальный и единственный общепризнанный рейтинг, оценивающий ивент-услуги в РФ на основании группы показателей и критериев (финансовые показатели, штат, победы на фестивалях, мнение рекламодателей, участие в профильных ассоциациях, жюри/экспертных/наблюдательных советах);



• Рейтинг креативности АКАР – рейтинг, оценивающий креативные решения на рекламно-коммуникационном рынке. Основой для оценки является награждения на профильных фестивалях;

• Рейтинг эффективности АКАР – рейтинг, оценивающий эффективность инструментов маркетинговых коммуникаций и рекламных компаний. Основой для оценки является награждения на профильных фестивалях. Подразделяется на два сегмента: сегмент коммуникационных агентств и сегмент медийных агентств.

ИНДУСТРИАЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ПО ТВ

• В рамках исследования были рассмотрены виды и опции спонсорства, его уникальные возможности и способы оценки эффективности спонсорских кампаний.

• Представлены критерии выбора телеканалов для размещения и типы контента, в которых спонсорские кампании показывают наибольшую эффективность.

• Рассмотрены годовые бюджеты на спонсорство и причины, по которым рекламодатели выбирают этот канал для рекламных коммуникаций.

Спонсорство – неотъемлемая часть ежегодной рекламной стратегии.

СЕЛЛЕРЫ

РОС ВГТРК СЕЙЛЗ-ХАУС РЕКЛАМА

Газпром медиа

МЕДИА1

РЕКЛАМНЫЕ АГЕНТСТВА

group4media

OKKAM

АДВ

СБЕР МАРКЕТИНГ

ИГРОНИК – ОСНОВАН В 1992 –

RORE группа компаний родная речь

FUSE MEDIA DIRECTION GROUP

OMD OM Group | OMP

ПРИМЕРЫ ИНДУСТРИАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Индустриальные рейтинги

- Национальный рейтинг креативных услуг рекламно-коммуникационных организаций России – 5 сегментов;
- Национальный рейтинг эффективности услуг рекламно-коммуникационных организаций России;
- Национальный рейтинг эффективности медиа услуг рекламно-коммуникационных организаций России;
- Национальный рейтинг диджитал нон-медиа услуг (NDNMR);
- Национальный рейтинг ивент услуг (NESR).

Рейтинг Креативности Агентств АКАР

Сегмент «Маркетинговые услуги»

2022

МЕСТО	АГЕНТСТВА	БАЛЛЫ
1	emg	511
2	DPG Russia	190
3	СберМаркетинг	166
4	SOCIALIST	150
5	N:OW agency	126
6	Setters	110
7	Восход	80

DNMR

Digital Non-media Rating 2022

	НАЗВАНИЕ	БАЛЛЫ
1	MOSAIC	8 353
2	Group4Media (ex.GroupM)	7 962
3	OKKAM Creative (Isobar Russia)	7 910
4	КБ-12	6 951
5	Nectarin	6 842
6	DIGITAL TWIGA	6 371
7	Grape	5 900

Рейтинг эффективности коммуникационных агентств АКАР

2022

МЕСТО	АГЕНТСТВА	БАЛЛЫ
1	emg	742
2	Fuse Media Direction Group	653
3	BBDO Moscow	638
4	McCann Moscow	408
5	Instinct	294
6	SOCIALIST	218
7	ГК Родная Речь	191

Рейтинг эффективности медийных агентств АКАР

2022

МЕСТО	АГЕНТСТВА	БАЛЛЫ
1	OMD Media Direction	1020
2	СберМаркетинг	432
3	Deltaplan	254
4	Mera (ex-Carat)	244
5	Proximity Media	217
6	Initiative	163
7	SkyTEC Media	161

АКАР KNOWLEDGE LIBRARY

• Аналитическим Центром накоплен большой массив исследовательской информации который может быть использован для проведения уникальных кабинетных исследований (desk research). По заказу клиента мы можем изучить как отдельный рекламный носитель, так и его составляющие, например, ТВ спонсорство.

• Также мы можем предложить кабинетное исследование на основе проведённых центром исследований, например, Influencer Marketing.

• Экспертная оценка ещё один популярный проект который позволяет клиенту получить объективный взгляд на тот или иной вопрос на основе открытых исследовательских данных обработанных и проанализированных ИЦ АКАР.

ПРИМЕРЫ ЗАКАЗНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ*

*данные могут быть предоставлены по решению соответствующего комитета АКАР / АРИР / РАМУ

ИГРОНИК
– ОСНОВАН В 1992 –

Уникальное исследование взаимодействия рекламодателей и рекламных агентств в рамках тендеров по 44 и 223 ФЗ. Оценка удовлетворённости проделанной работой по тендерам как со стороны рекламодателей, так и со стороны рекламных агентств.

mediasystem

Исследование отношения и восприятия брендов компании среди других игроков рекламного рынка. Определение характеристик и основных критериев, влияющих на восприятие бренда. Сравнительный анализ рекламных брендов, их сильных и слабых сторон, рациональные и эмоциональные характеристики брендов.

ПРИМЕРЫ ЗАКАЗНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ*

*данные могут быть предоставлены
по решению соответствующего
комитета АКАР / АРИР / РАМУ

- Исследование взаимоотношений по ГКС участников рекламного рынка;
- Исследование инноваций в рекламных технологиях;
- Исследование авторов (блогеров) за период сентябрь -ноябрь 2022;
- Исследование рекламодателей в условиях кризиса;
- Исследование трендов на рекламном рынке в 2022-2023;
- Исследование рынка импакт кино;
- Исследование ТВ спонсорства;
- Комплексное исследование отечественных и зарубежных социальных сетей совместно с РОЦИТ.

Газпром медиа

OMD OM Group | OMP

the story lab

group4media

М1 МЕДИА

РОС ВГТРК СЕЙЛЗ-ХАУС РЕКЛАМА

РОЦИТ

ЭВЕРЕСТ СЕЙЛЗ-ХАУС

АДВ

ПРИМЕРЫ ЗАКАЗНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ*

*данные могут быть предоставлены по решению соответствующего комитета АКАР / АРИР / РАМУ

МЕДИА1

Исследование мнений рекламных агентств, рекламодателей, технологических сервисов и рекламных площадок об использовании инновационных технологий в рекламной индустрии для различных целей (верификации рекламы, управления данными, создания и оптимизации контента, закупки/продажи инвентаря, улучшения пользовательского опыта, E-commerce, аналитики, оценки эффективности рекламных кампаний и т.д.). Изучение знания, восприятия, использования инновационных технологий.

NMI GROUP

Исследование сотрудников компаний рекламодателей, бюджет и медиамикс рекламных кампаний во второй половине 2022 – 2023, оценка доли бюджетов в медиамиксе планируемых кампаний во второй половине 2022 – в течение 2023 года.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ УНИКАЛЬНЫЕ УСЛУГИ ИЦ АКАР

Аудиторные исследования крупнейших рекламных компаний (Ad Gate)

Мы имеем доступ к базе контактов ассоциаций АКАР, РАМУ и АРИР (ex-IAB Russia). Это позволяет нам достигать компании, которые аккумулируют более 80% выручки рекламного рынка России и узнавать их мнение относительно различных рекламных продуктов, рекламных форматов и предложений.

Анализ специалистов рекламного рынка (Advertising Human Capital)

Аналитический Центр проводит ряд крупных проектов по изучению специалистов рекламной индустрии, в том числе их компетенции, зарплатные ожидания, отношения к компаниям внутри индустрии и их видение дальнейшего развития рекламного рынка.

Анализ рынка рекламы (Ad Market Landscape)

Мы имеем большую накопленную базу знаний по широкому спектру рекламных отраслей за большой период времени, что позволяет нам давать компетентную экспертизу как по российскому рынку, так и по мировому.

Исследования Brand Health (Staff Loyalty Audit)

По заказу клиентов мы проводим крупномасштабные исследования их внутренней структуры чтобы проанализировать работу сотрудников и внутренних отделов. Мы анализируем взаимодействие между отделами, их видение компании, лояльность и работоспособность.

АЦ работает и проводит исследования в рамках и других ассоциаций, входящих в союз.

ИССЛЕДОВАНИЯ ДЛЯ АРИР И РАМУ

- Влияние кризисной ситуации на рынок интерактивной рекламы (4 волны);
- Online Branding: Обновление средних показателей Invalid Traffic и Brand Safety 2022;
- Исследование отношения к гринвошингу участников рекламного рынка;
- Исследование итогов внедрения закона о маркировке интернет-рекламы (первая волна апрель 2023, вторая волна июль 2023).
    - Barometer 2023;

- Национальный рейтинг ивент услуг (NESR);
- Исследование агентств, предоставляющих маркетинговые услуги в РФ.

НАШИ КЛИЕНТЫ

Газпром медиа
Russ
H:P:A
Gallery
TWIGA CG
mediasystem
ИГРОНИК
– ОСНОВАН В 1992 –
Росреклама
ART DE LEX

НАШИ КОНТАКТЫ

Руководитель Аналитического Центра АКАР/АРИР/РАМУ

Николай Васильев
nv@akarussia.ru

Старший Менеджер Аналитического Центра АКАР/АРИР/РАМУ

Никита Баркевич
n.barkevich@akarussia.ru

Менеджер Аналитического Центра АКАР/АРИР/РАМУ

Матвей Томилин
tomilin.matvey@akarussia.ru