ОТНОШЕНИЕ РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ К РЫНКУ МАРКЕТИНГОВЫХ УСЛУГ

Подготовлено для Российской Ассоциации Маркетинговых Услуг (РАМУ)

СОДЕРЖАНИЕ

1. Описание исследования
2. Использование основных видов маркетинговых услуг
3. Известность агентств
4. Доля сотрудничества. Карта эффективности
5. Рейтинги по сегментам
6. Показатели удовлетворенности сотрудничеством
7. Готовность рекомендовать

ЦЕЛИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Изучение уровня известности агентств маркетинговых услуг среди рекламодателей;

Изучение опыта сотрудничества с агентствами маркетинговых услуг среди рекламодателей;

Выявление экспертных оценок основных игроков, работающих в ключевых сегментах индустрии продвижения продуктов и услуг;

Получение информации о распределении бюджетов в сегменте в динамике

Ранжирование маркетинговых агентств по следующим показателям:

- **Общий рейтинг маркетинговых агентств по уровню осведомленности и по доле пользователей их услугами.**
- **Рейтинг маркетинговых агентств в каждом из сегментов рынка:**
  - Consumer Promotion
  - Digital Marketing
  - Direct Marketing / CRM
  - Event Marketing
  - POSM & In-Store Visual Communications
  - Trade Marketing
  - Интегрированные коммуникации

МЕТОДОЛОГИЯ

Опрос проводился методом онлайн-интервью. В экспертную панель вошли сотрудники крупнейших компаний-рекламодателей России в различных отраслях бизнеса. Компании выбирались из TOP-300 рекламодателей России за 2015 год по оценке AdIndex, также включались члены отраслевых объединений (РусБренд, Ассоциация маркетологов, AmCham Russia). Финальный список верифицировался с учетом экспертизы РАМУ.

В целом в опросе приняли участие **341 сотрудник** из **151 компании, работающих в 32 сегментах маркетинга** с опытом работы **более двух лет**.

Крупнейшие категории

Среди экспертов представители компаний

Danone, Mars Russia, Mondelez, Nestle, Unilever
Nestle, PepsiCo, Red Bull, The Coca-Cola Company, Мултон
Bacardi Rus, Campari Rus, Efes Rus, Heineken, Sun Inbev, Балтика
Beiersdorf, Colgate-Palmolive, Estee Lauder, Henkel Group, L'Oreal, Oriflame
Abbott, Bayer, Novartis, Sanofi, Stada, Teva, Valeant, Акрихин
Tele 2, ВымпелКом, МегаФон, МТС, Ростелеком
Media Markt, Metro Cash & Carry, X5 Retail Group, ИКЕА, МЕГА
MasterCard, Raiffeisen, ВТБ24, ФК Открытие, Ренессанс, Сбербанк
British American Tobacco, Imperial Tobacco, Japan Tobacco, Philip Morris
Daimler AG, Hyundai Motor Rus, Skoda Auto, Suzuki, Volkswagen Group Rus
Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH, Electrolux, Hansa
Ferrero, Perfetti Van Melle, Ritter Sport, Storck
Duracell, SCA Hygiene Products, Unilever
Castrol, Exxon Mobil, Mobil Oil Lubricants, Газпромнефть

СПИСОК ОПРОШЕННЫХ КОМПАНИЙ-РЕКЛАМОДАТЕЛЕЙ

1. Abbott Laboratories
2. adidas
3. Apple
4. Bacardi Rus
5. Bayer
6. Beiersdorf
7. BIC CIS
8. British American Tobacco
9. Brown-Forman Rus
10. BSH Hausgerate
11. Campari Rus
12. Castrol
13. Colgate-Palmolive
14. Continental
15. Coty
16. Daimler AG
17. Danone
18. Desan Group
19. Dr. Theiss Naturwaren
20. Duracell
21. Efes Rus
22. Electrolux
23. Estee Lauder
24. Evian
25. Evyap
26. Exxon Mobil
27. Ferrero
28. Finn FLARE
29. Fix Price
30. GE Healthcare
31. Gedeon Richter
32. General Electric Healthcare
33. Global Functional Drinks Rus
34. Google Russia
35. H.J. Heinz
36. Hansa
37. Hasbro
38. Hearst Shkulev Media
39. Heineken
40. Henkel Group
41. Hochland
42. Huawei Technologies
43. Hyundai Motor Rus
44. Imperial Tobacco
45. Intersport Russia
46. Inventive Retail Group
47. Jacobs Douwe Egberts
48. Japan Tobacco Inc.
49. Kimberly Clark
50. Knauf
51. Korea Yakult Co
52. Lego
53. Levi's
54. L'Oreal
55. Luxottica
56. LVMH P&C Russia
57. Mars Russia
58. MasterCard
59. Maxxium Russia
60. McDonald's
61. Media Markt
62. Metro Cash & Carry
63. Michelin
64. Microsoft
65. Mobil Oil Lubricants
66. Mondelez
67. MoneyGram International
68. Nestle
69. Novartis
70. Oracle
71. Oriflame
72. PepsiCo
73. Perfetti Van Melle
74. Philip Morris Sales and Marketing
75. Pirelli Tyre Rus
76. Procter & Gamble
77. QIWI
78. Raiffeisen
79. Reckitt Benckiser
80. Red Bull
81. Ritter Sport
82. Roust Russia
83. Royal Canin
84. Saint-Gobain
85. Sanofi
86. Savencia Fromage & Dairy
87. SCA Hygiene Products
88. Skoda Auto
89. Sony Mobile Communications
90. Spectrum Brands
91. Stada CIS
92. Storck
93. Sun Inbev
94. Suzuki
95. Tchibo
96. Tele 2
97. Tetra Pak
98. Teva
99. The Coca-Cola Company
100. Unilever
101. Vaillant Group
102. Valeant
103. Volkswagen Group Rus
104. WALT DISNEY
105. Western Union
106. Wiliams Lea
107. X5 Retail Group
108. YUM! Restaurants International
109. Yves Rocher
110. Агама
111. Акрихин
112. Пивоваренная компания Балтика
113. Билайн
114. Брита
115. ВТБ24
116. Газпромнефть
117. Герофарм
118. Гулливер и Ко ТД
119. Департамент науки, промышленной политики и предпр-ва г.Москвы
120. Домашний Интерьер (Hoff)
121. Единая Европа
122. ИКЕА
123. Икстрим
124. Ингосстрах
125. Ленмикс
126. Леотон Фарма
127. Ликард
128. Линзмастер
129. МЕГА
130. МегаФон
131. Меда Фарма
132. МТС
133. Мултон
134. НоваМедика
135. ФК Открытие
136. Паулиг Экспорт Лтд
137. ППФ Страхование жизни
138. Промсвязьбанк
139. Ренессанс Кредит
140. Ростелеком
141. Русагро
142. Сбербанк
143. СДС-Фудс
144. Селдико
145. Ситилинк
146. ТехноНиколь
147. Царицыно ФТД
148. Черкизовский мясокомбинат
149. Шоколадница (ГК Галерея Алекс)
150. Юнистрим
151. Яндекс

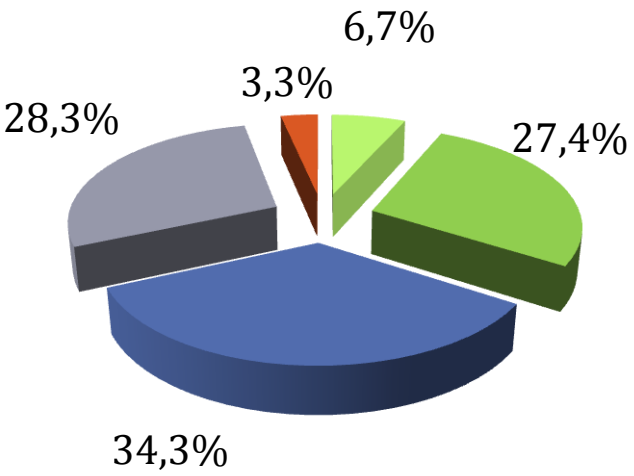
РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ

Результативные	Нерезультативные	
Готовые интервью 341	Не прошел отбор	91
	Недостаточно опыта	27
	Неактивные контакты	45
	Без отклика	465
	Отказы	120

Всего было предоставлено 1089 контактов

ПОРТРЕТ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

ВОЗРАСТ



ПОЗИЦИЯ

87% респондентов работают с маркетинговыми агентствами более трех лет . Остальные работают в сегменте от 2 до 3 лет.

СОДЕРЖАНИЕ

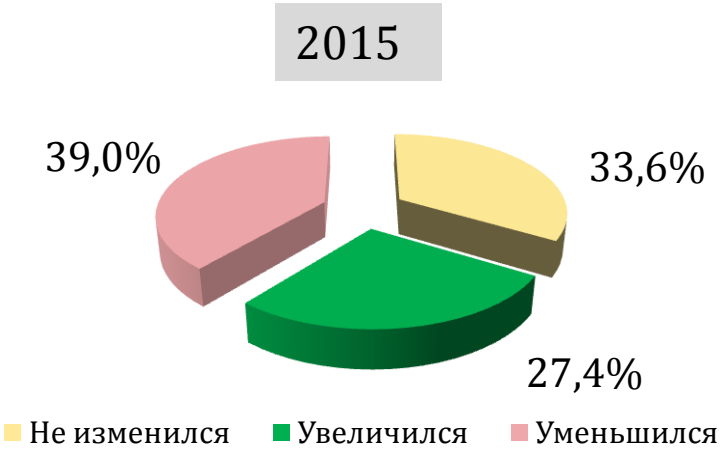
1. Описание исследования
2. **Использование маркетинговых услуг**
3. Известность агентств
4. Доля сотрудничества. Карта эффективности
5. Рейтинги по сегментам
6. Показатели удовлетворенности сотрудничеством
7. Готовность рекомендовать

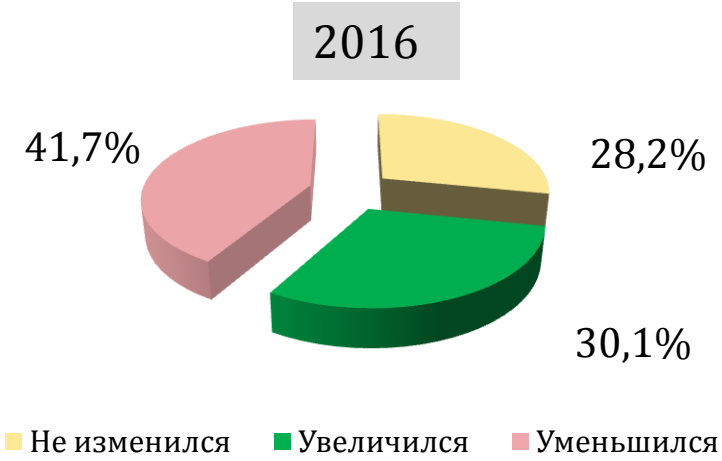
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РАЗЛИЧНЫХ ВИДОВ МАРКЕТИНГОВЫХ УСЛУГ

Какие из перечисленных видов маркетинговых услуг Вам/вашей компании приходилось использовать в вашей деятельности за последние 2-3 года?

Число респондентов 341

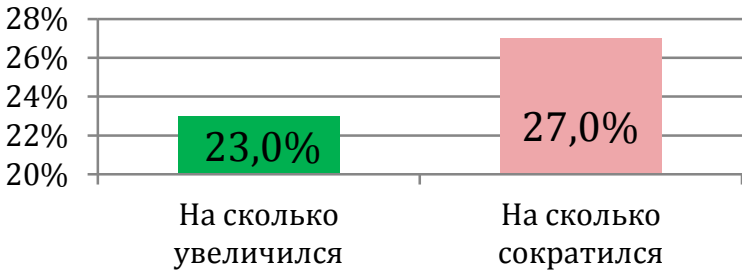
БЮДЖЕТЫ НА МАРКЕТИНГОВЫЕ УСЛУГИ

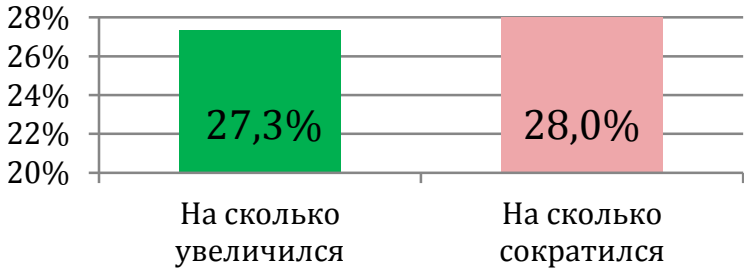




Какие изменения произошли в бюджете на маркетинговые услуги в 2015 и 2016 году?

Среднее изменение





Уточните, пожалуйста, порядок изменений (шаг в пять %)

Число респондентов 146

Число респондентов 156

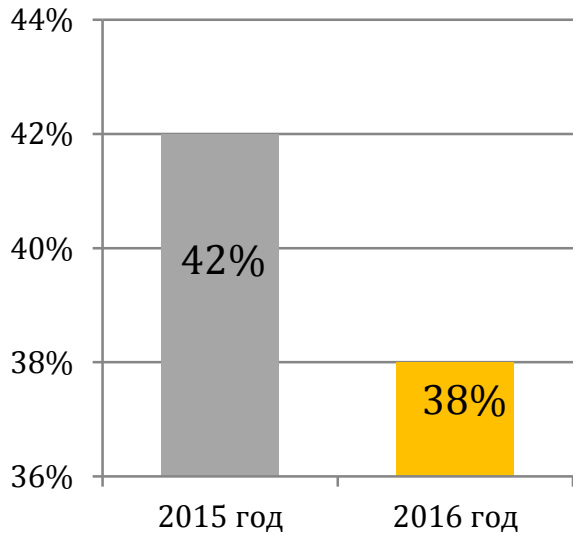
Использование МУ

БЮДЖЕТЫ НА МАРКЕТИНГОВЫЕ УСЛУГИ

Доля бюджетов на маркетинговые услуги в общем бюджете на маркетинг

Число респондентов 146

Доля в среднем, в динамике



Число респондентов 156

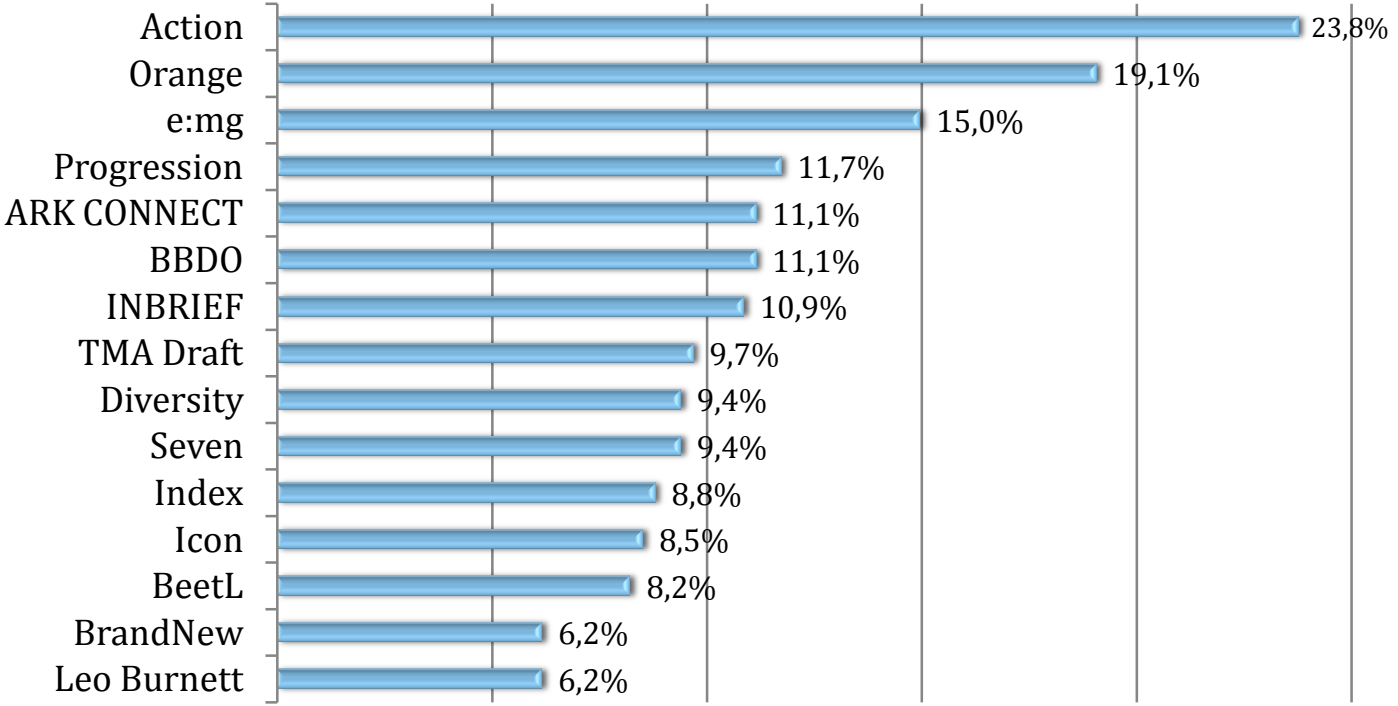
Использование МУ

СОДЕРЖАНИЕ

1. Описание исследования
2. Использование маркетинговых услуг
3. Известность агентств
4. Доля сотрудничества. Карта эффективности
5. Рейтинги по сегментам
6. Показатели удовлетворенности сотрудничеством
7. Готовность рекомендовать

РЕЙТИНГ МАРКЕТИНГОВЫХ АГЕНТСТВ ПО УРОВНЮ СПОНТАННОГО ЗНАНИЯ

ЛИДЕРЫ РЕЙТИНГА: ЗНАНИЕ БОЛЕЕ 5%

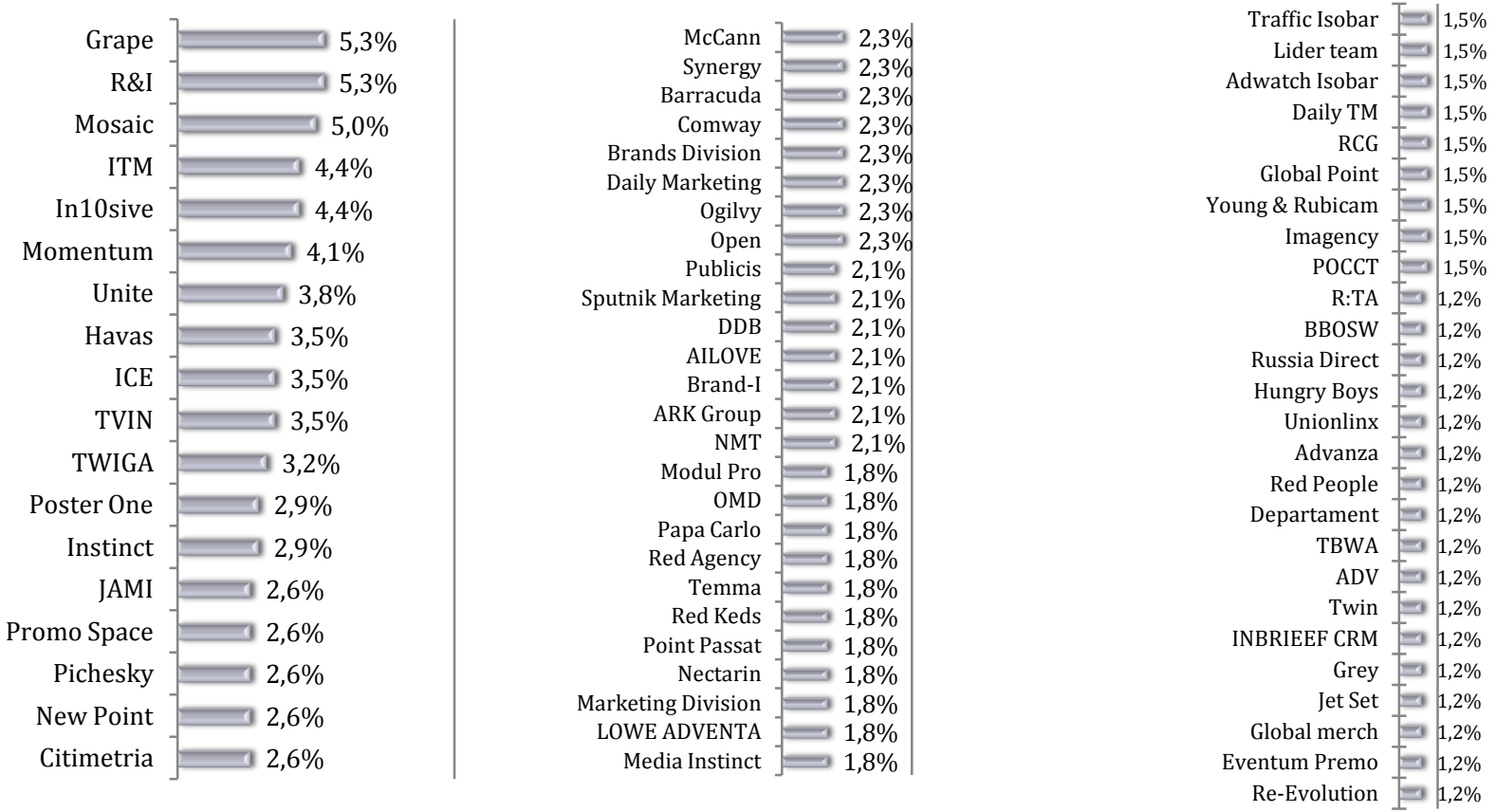


Какие агентства маркетинговых услуг Вы знаете хотя бы по названию?

Число респондентов 341

Известность агентств

РЕЙТИНГ МАРКЕТИНГОВЫХ АГЕНТСТВ ПО УРОВНЮ СПОНТАННОГО ЗНАНИЯ (2)



Какие агентства маркетинговых услуг Вы знаете хотя бы по названию?

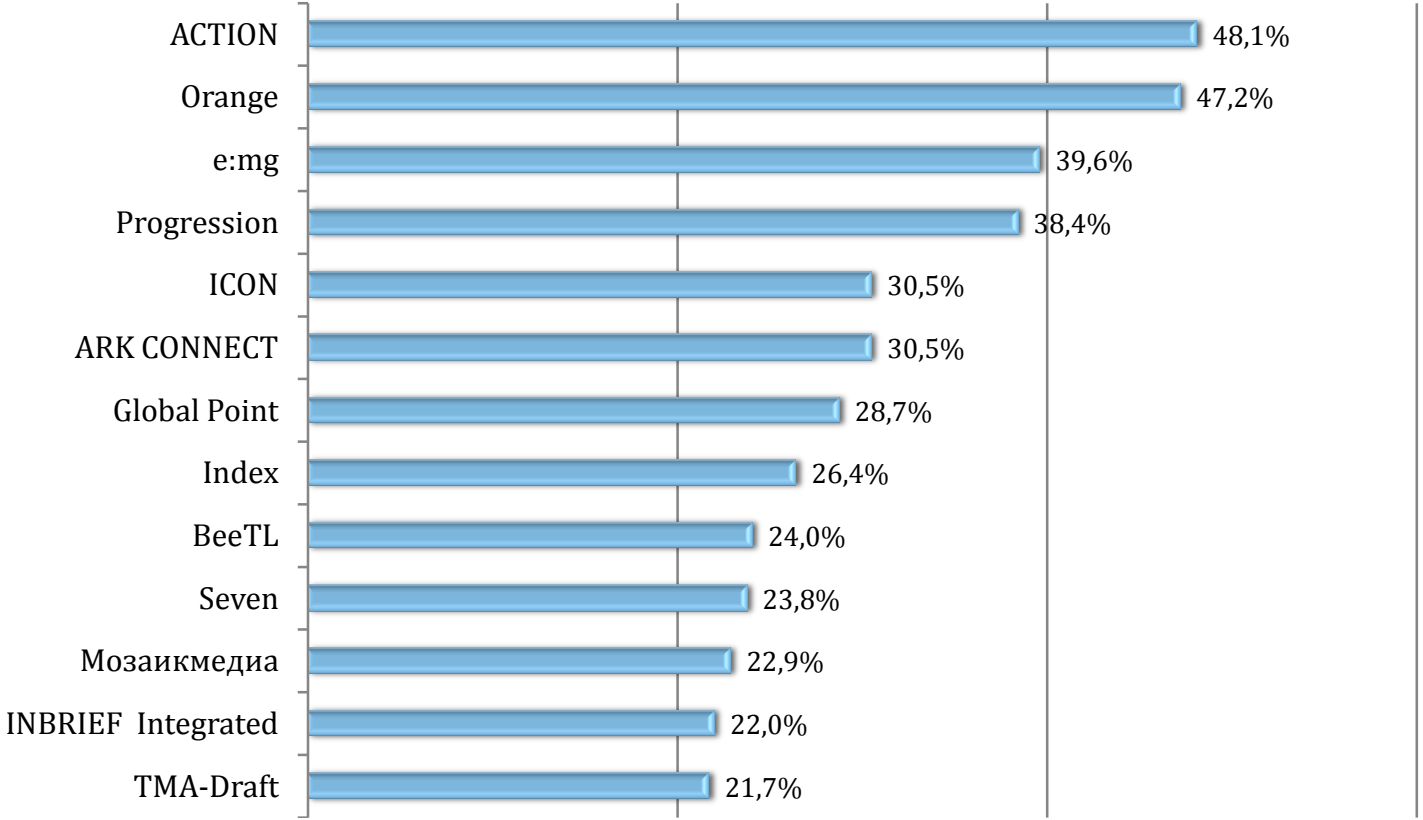
Известность агентств

ОСТАЛЬНЫЕ КОМПАНИИ (ЗНАНИЕ МЕНЕЕ 2%, НО БОЛЕЕ ОДНОГО НАЗВАВШЕГО)

2sharp
360
3D Marketing
5 звезд
Ace Target
ACM
Actis Wunderman
Affect
APM
A-promotion
Aqua Art
ARS Communications
Atomic
Avantgarde
AXIS
BCA
Brand Connection
Branding Lab
BrandMore
Buzzar
Carat
Contrapunto
Coral Promo
D2 Marketing Solution
Daily Partners
Daily Profit
DDA
Dentsu Aegis
Depot
Digitalizm
Double up/Nestline
Edelman
El Paco
EMCG
Event Cube
Event Departament
First
Fisherbird
Fistashki
Geometry Global
GFK
Global Service
Happy People
iLP
Impacto
Integrity
iProspect
Ipsos
Iskra
Journey
JWT
Larni Lane
Leader Team
Leto
Like Agency
LMC
Louder
M&C Saatchi
Magenta
Market Group
Marvelous
Matrix
Maxus
Mayer
MCA Communications
MEC
Media Arts
MediaCom
MediaVest
Milk
MindShare
MOST creative club
MS Advertising
OMI
P4P
Pixsells
Plenum
Practica
Praktika
Profcom
Pro-Line
Proximity
PRP
PRT
Public Totem
Rapp
Redday
RX code
Saatchi & Saatchi
SmartMedia
Svetofor
Team Agency
Tomato Momentum
UM
UTS
Virtu
Vita Media
Vito Pro
We are in sports
ZenithOptimedia
Агентство 42
Альтавиа
Ашманов и партнеры
БигФиш
Боргес
Лица
Лоцман
Марком
Михайлов и Партнеры
Подъежики

РЕЙТИНГ МАРКЕТИНГОВЫХ АГЕНТСТВ ПО УРОВНЮ НАВЕДЕННОГО ЗНАНИЯ

ЛИДЕРЫ РЕЙТИНГА: ЗНАНИЕ БОЛЕЕ 20%

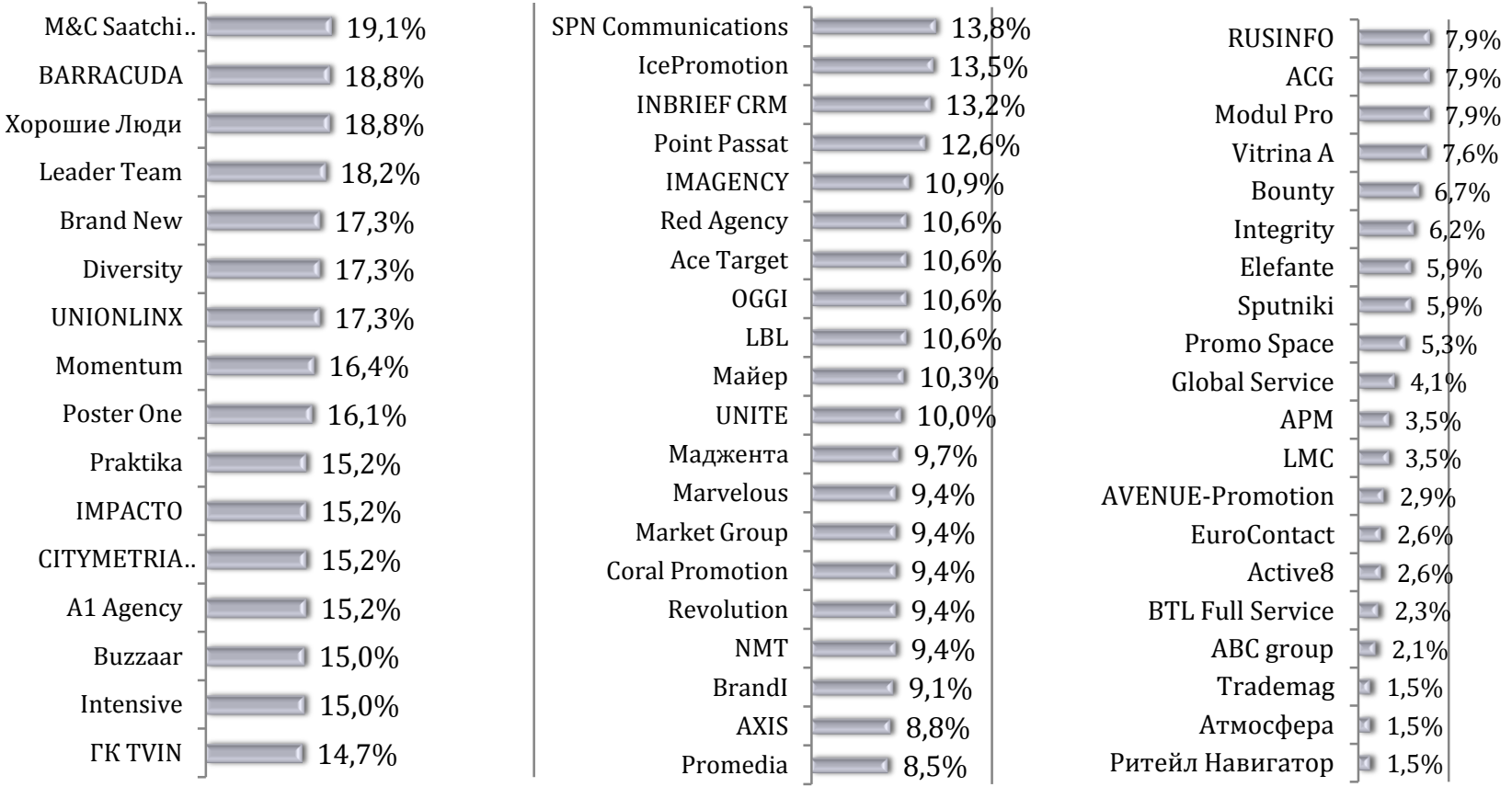


Взгляните на этот список, какие агентства вы знаете по названию?

Число респондентов 341

Известность агентств

РЕЙТИНГ МАРКЕТИНГОВЫХ АГЕНТСТВ ПО УРОВНЮ НАВЕДЕННОГО ЗНАНИЯ (2)



Другие: Atomic, BBOSW, BTL'STUDY, DPG, Fistashki, Grape, ITM, Nestline, OMI, RCG, SCG, Synergy

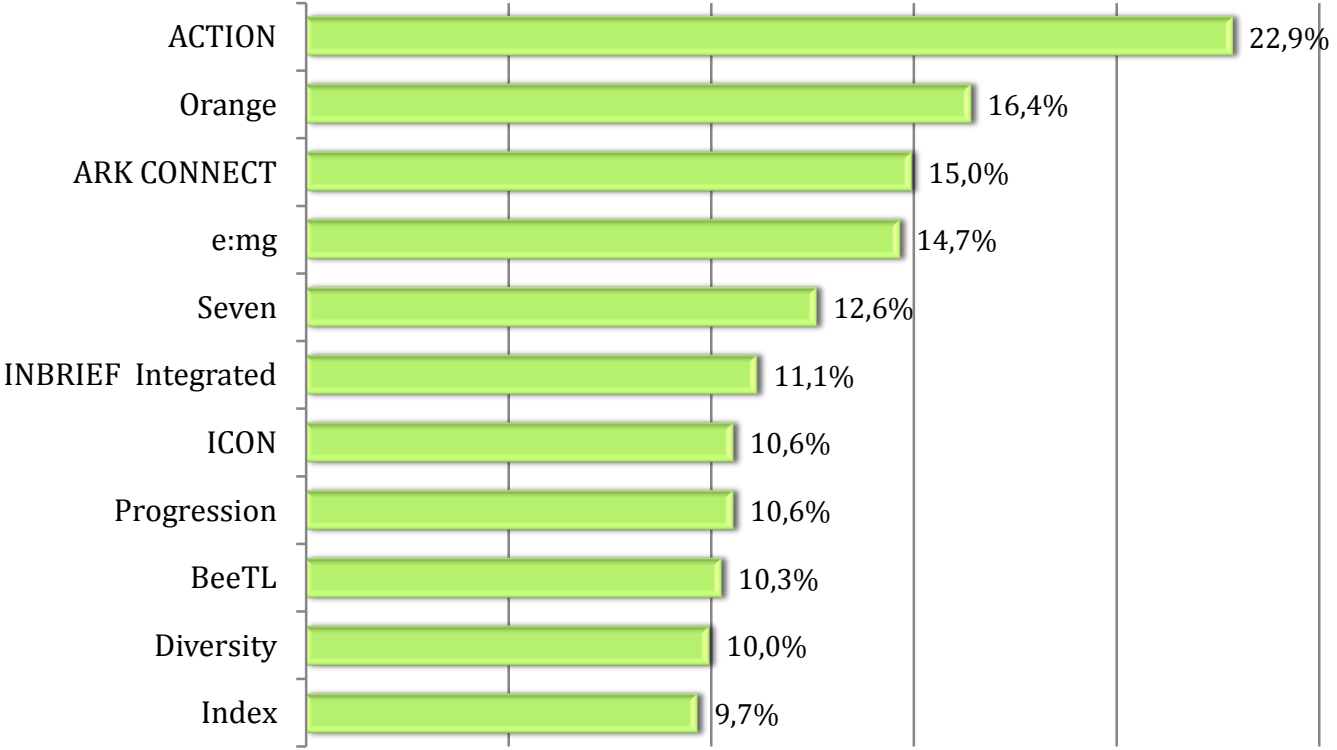
Число респондентов 341
Известность агентств

СОДЕРЖАНИЕ

1. Описание исследования
2. Использование маркетинговых услуг
3. Известность агентств
4. Доля сотрудничества. Карта эффективности
5. Рейтинги по сегментам
6. Показатели удовлетворенности сотрудничеством
7. Готовность рекомендовать

РЕЙТИНГ МАРКЕТИНГОВЫХ АГЕНТСТВ ПО ОПЫТУ СОТРУДНИЧЕСТВА

ЛИДЕРЫ РЕЙТИНГА: СОТРУДНИЧЕСТВО (БОЛЕЕ 10%)

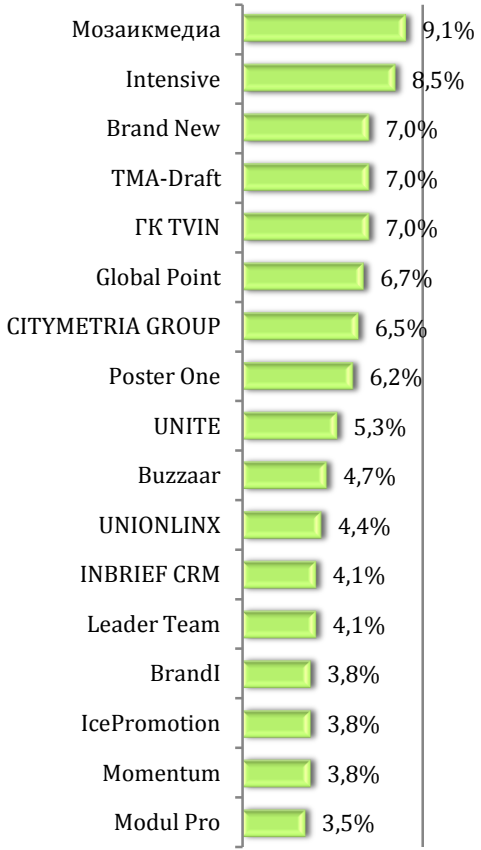


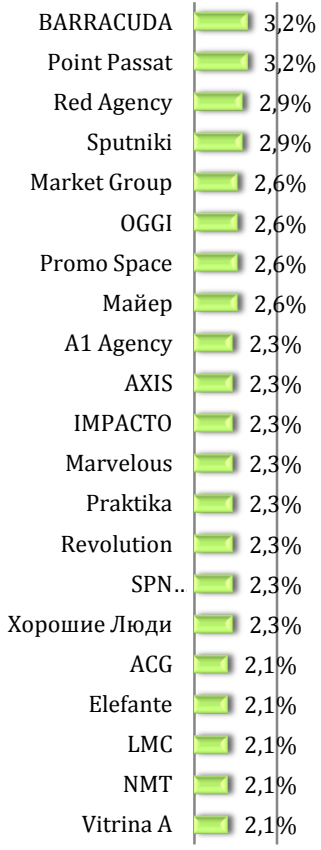
С какими из этих агентств вы сотрудничали за последние 3 года?

Число респондентов 341

Доля сотрудничества

РЕЙТИНГ МАРКЕТИНГОВЫХ АГЕНТСТВ ПО ОПЫТУ СОТРУДНИЧЕСТВА (2)





ОСТАЛЬНЫЕ КОМПАНИИ (<2%, НО БОЛЕЕ 1 НАЗВАВШЕГО)

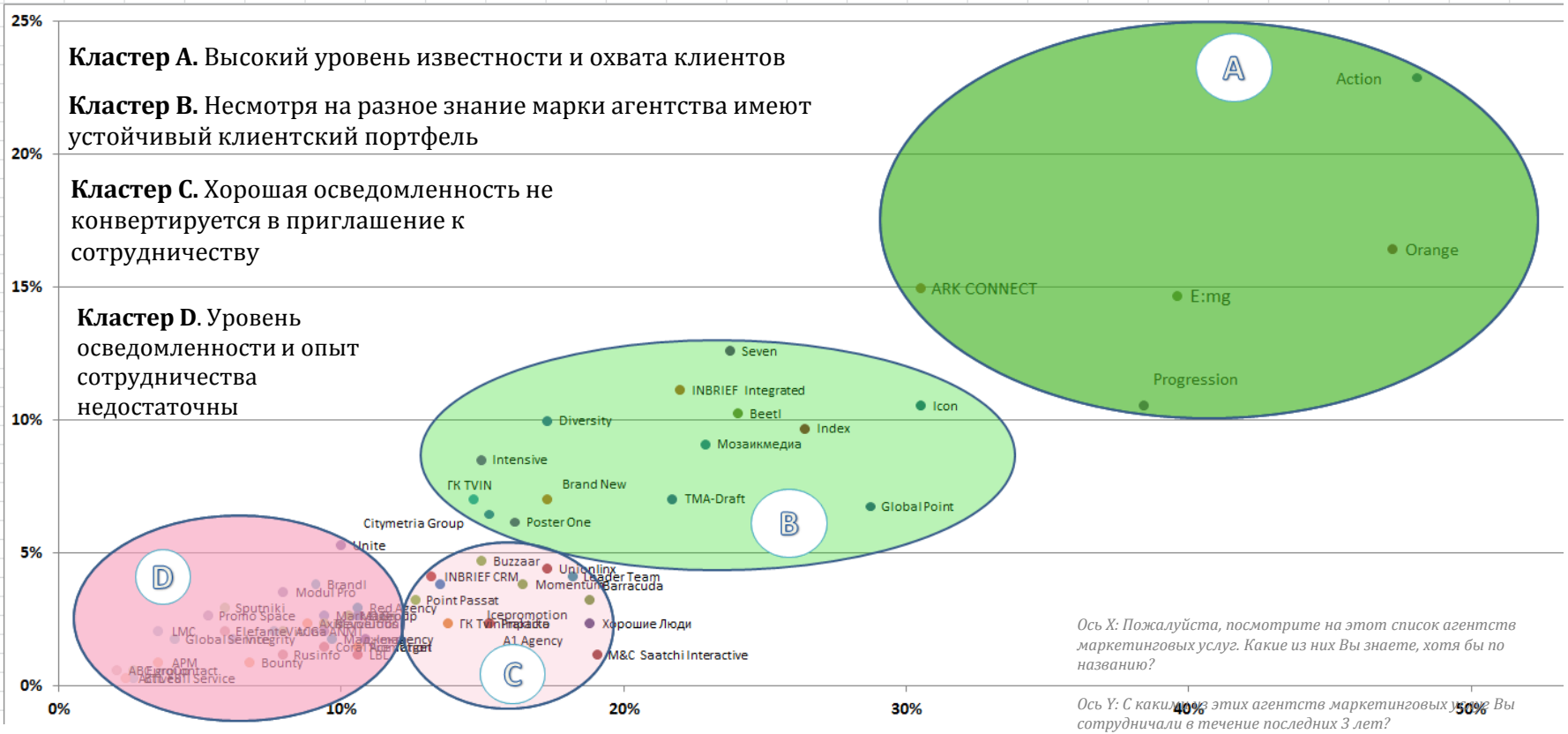
Global Service
IMAGENCY
Integrity
Маджента
Ace Target
Coral Promotion
LBL
M&C Saatchi Interactive
RUSINFO
Actis Wunderman
Bounty
ITM
APM
ABC group
ALTAVIA RUS LLC
Atomic
Carat
EuroContact
Fistashki
Hungry Boys
JAMI
Leo Burnett
Nestline
OMI
OPEN
Russia Direct
Synergy
Trademag

С какими из этих агентств вы сотрудничали за последние 3 года?

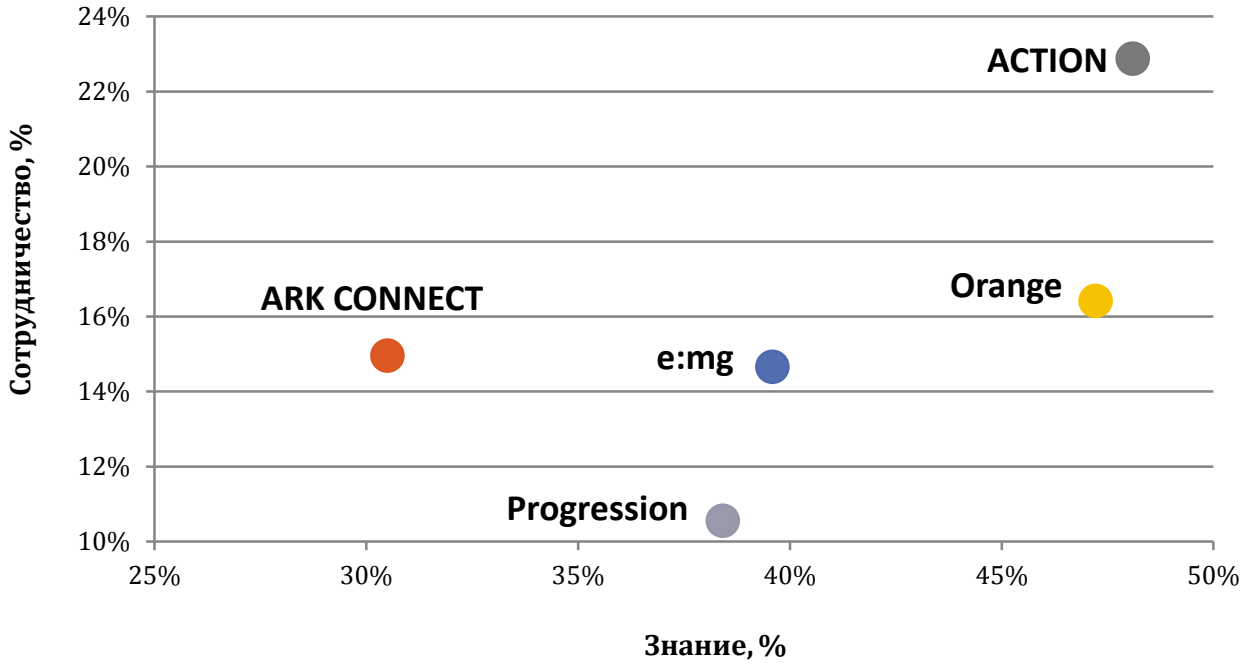
Число респондентов 341

Доля сотрудничества

КАРТА ЭФФЕКТИВНОСТИ (ИЗВЕСТНОСТЬ VS СОТРУДНИЧЕСТВО), % ОТ ОПРОШЕННЫХ



КЛАСТЕР А Высокий уровень известности и охвата клиентов

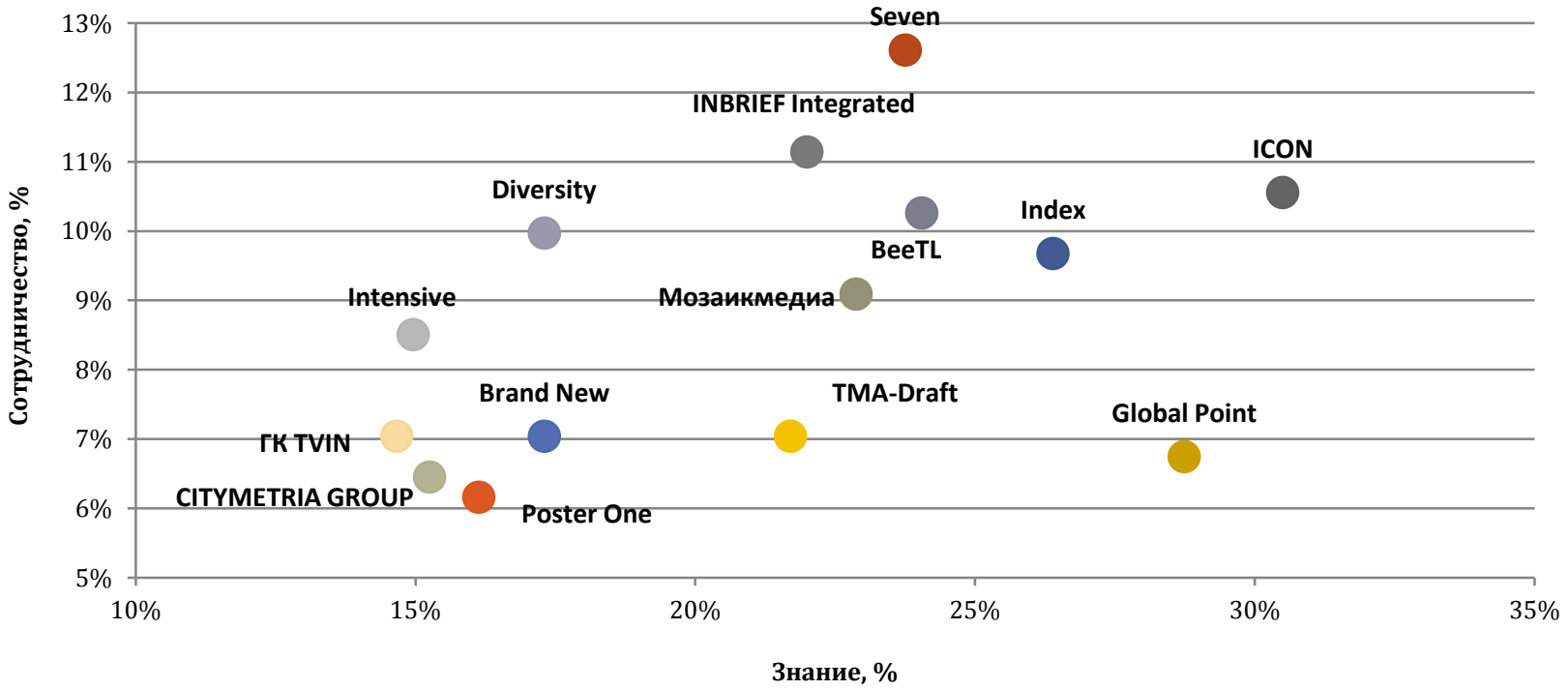


Ось X: Пожалуйста, посмотрите на этот список агентств маркетинговых услуг. Какие из них Вы знаете, хотя бы по названию?
Ось Y: С какими из этих агентств маркетинговых услуг Вы сотрудничали в течение последних 3 лет?

Число респондентов 341 *Доля сотрудничества*

КЛАСТЕР В

Несмотря на разное знание марки агентства имеют устойчивый клиентский портфель



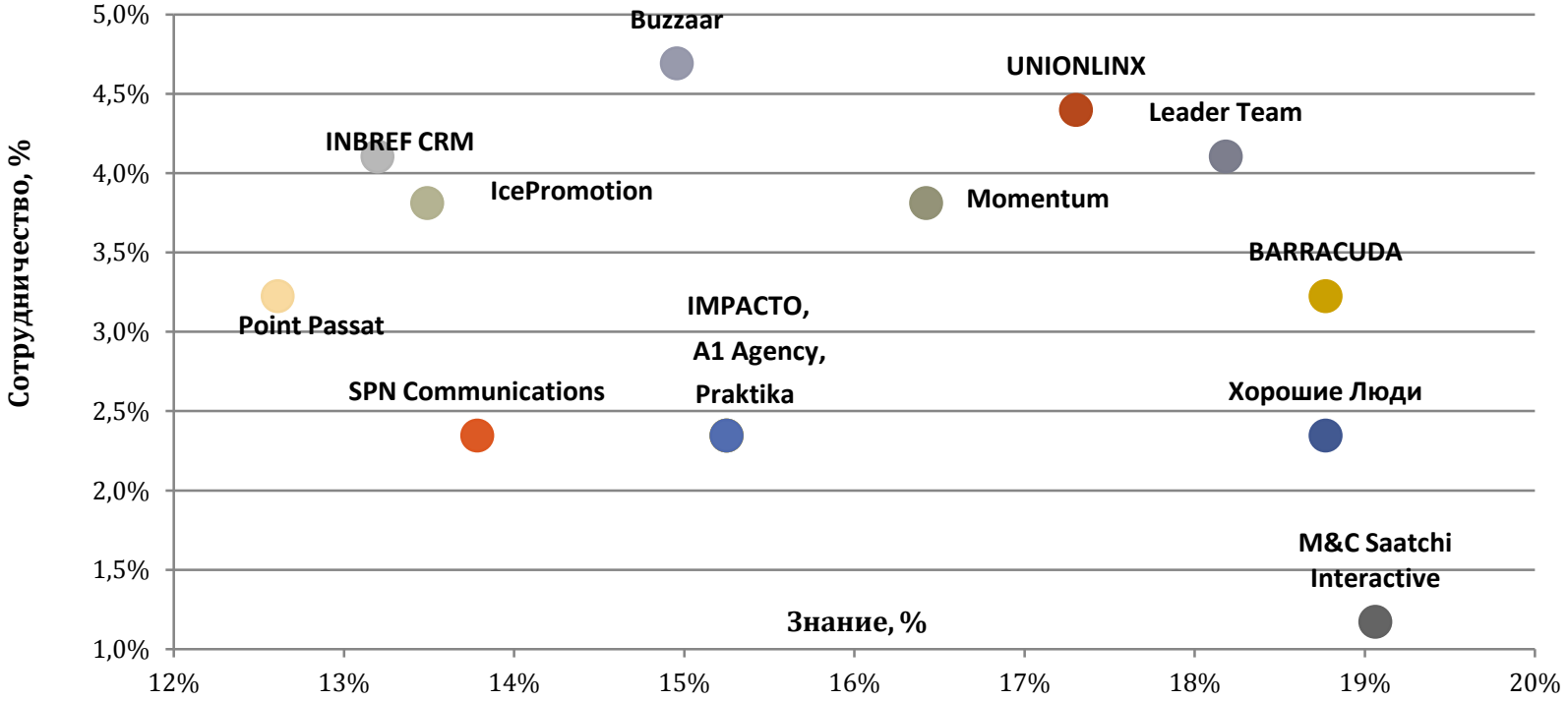
Ось X: Пожалуйста, посмотрите на этот список агентств маркетинговых услуг. Какие из них Вы знаете, хотя бы по названию?
Ось Y: С какими из этих агентств маркетинговых услуг Вы сотрудничали в течение последних 3 лет?

Число респондентов 341

Доля сотрудничества

КЛАСТЕР С

Хорошая осведомленность не всегда конвертируется в приглашение к сотрудничеству

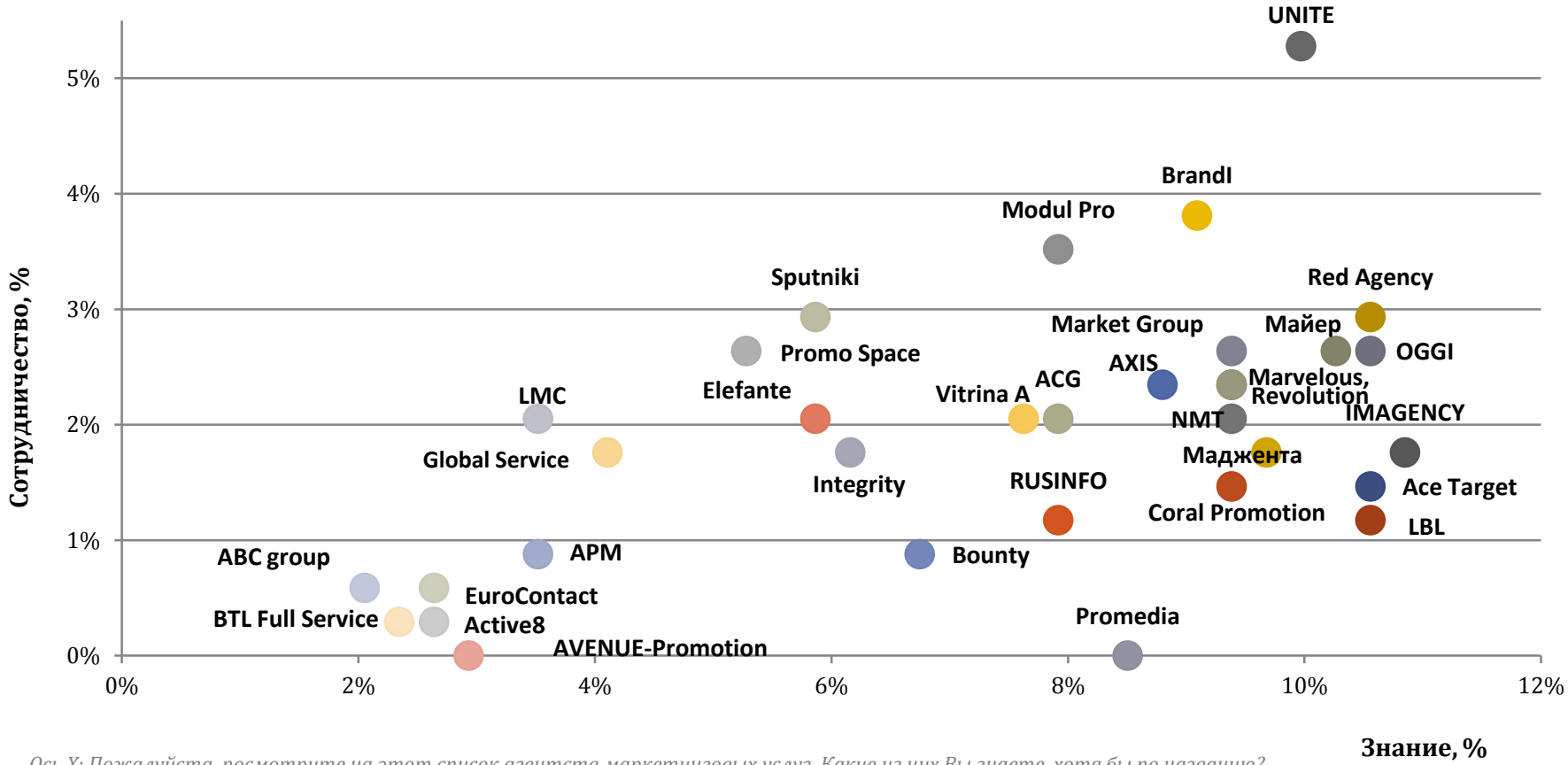


Ось X: Пожалуйста, посмотрите на этот список агентств маркетинговых услуг. Какие из них Вы знаете, хотя бы по названию?
Ось Y: С какими из этих агентств маркетинговых услуг Вы сотрудничали в течение последних 3 лет?

Число респондентов 341 *Доля сотрудничества*

КЛАСТЕР D

Уровень осведомленности и опыт сотрудничества недостаточны



Ось X: Пожалуйста, посмотрите на этот список агентств маркетинговых услуг. Какие из них Вы знаете, хотя бы по названию?
Ось Y: С какими из этих агентств маркетинговых услуг Вы сотрудничали в течение последних 3 лет?

Число респондентов 341

Доля сотрудничества

КЛАСТЕР E

(ЗНАНИЕ И СОТРУДНИЧЕСТВА МЕНЬШЕ 1%)

Ailove
ALTAVIA RUS LLC
Atomic
BBDO
BBOSW
Bcom
BSI
BTL'STUDY
Carat
choice
daily
Deluxe Interactive
Departament
DPG
Events time
Fistashki
FortDance
Free Mind
Geometry Global
Grape
Grata ADV
ITM
Jami
JTB
JWT
Leo Burnett
Louder
Marketing Division
Master Class
MEC
Milk
Mliner
Monsters of creative
Nestline
New Point
Ogilvy
OMI
OPEN
Pixsells
Public Tottem
R:TA
RCG
Red keds
Russia Direct
SCG
Stereotactic
Synergy
Temma
Trademag
TTG
UM
UTS
Wunderman
А приори
Атмосфера
Градиент
Единая Европа
КМП
Лазер Стиль
МаксиМайс
МАХгрупп
МВ Продакшн
Оксиджн
Оникс
РеалСервис
Реклама Онлайн
Реноме
Рестэк-Медиа
Ритейл Навигатор
СтримЛайн
Топ Лайн
Хеликоптер
Элс Продакшн

Число респондентов 341

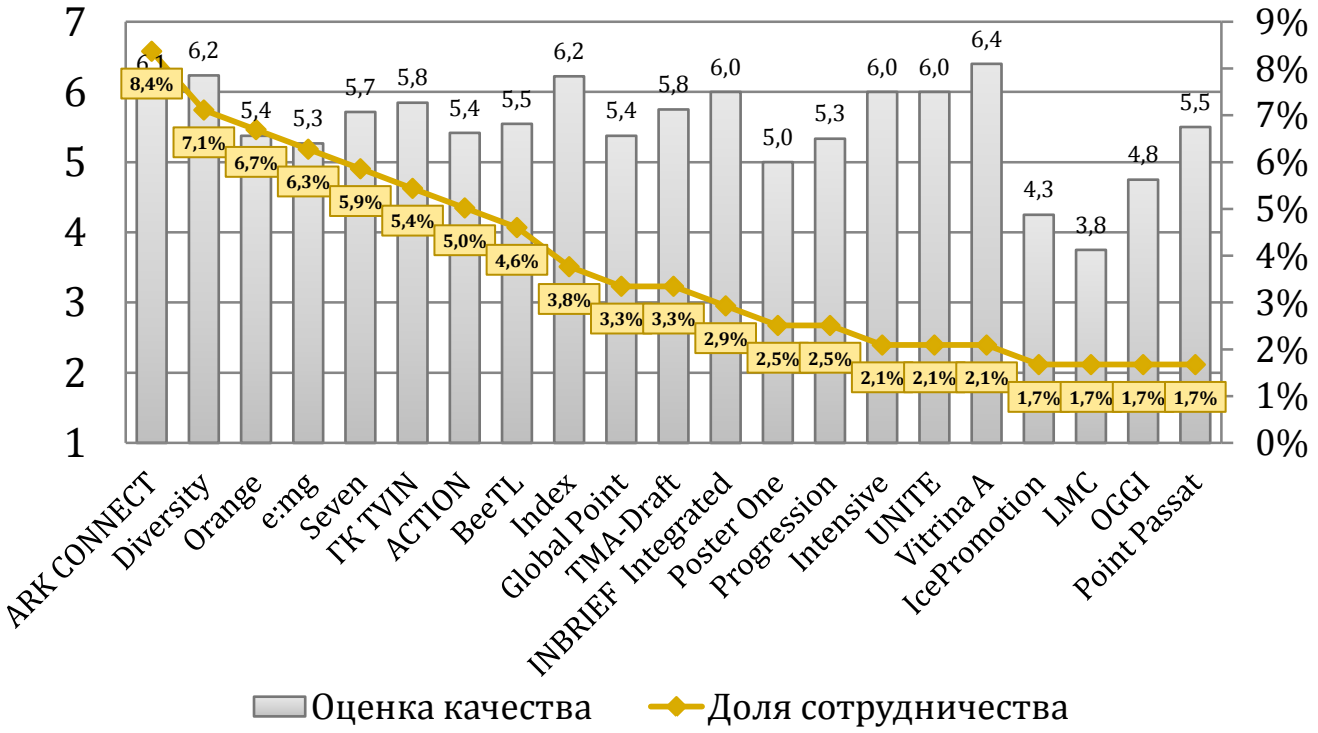
Доля сотрудничества

СОДЕРЖАНИЕ

1. Описание исследования
2. Использование основных видов маркетинговых услуг
3. Известность агентств
4. Доля сотрудничества. Карта эффективности
5. **Рейтинги по сегментам**
6. Показатели удовлетворенности сотрудничеством
7. Готовность рекомендовать

РЕЙТИНГ АГЕНТСТВ POS-MATERIALS*

Число работавших в сегменте: 239



ОСНОВНЫЕ ПРЕТЕНЗИИ*

- Низкое качество работы
- Непонимание конечной цели
- Низкий креатив, сложное взаимопонимание по требованиям клиента
- Срыв сроков производства и доставки материалов
- Низкое качество продукции. Низкое качество сервиса, связанного с рекламациями.
- Высокие цены
- Слабый менеджмент проекта
- Не соблюдают сроков, менеджеры не управляют проектами, не способны принять решения и нести ответственность за них, предложить выходы из сложных ситуаций. Быть аргументированными в коммуникации с клиентом.
- Долгая доставка, срыв сроков

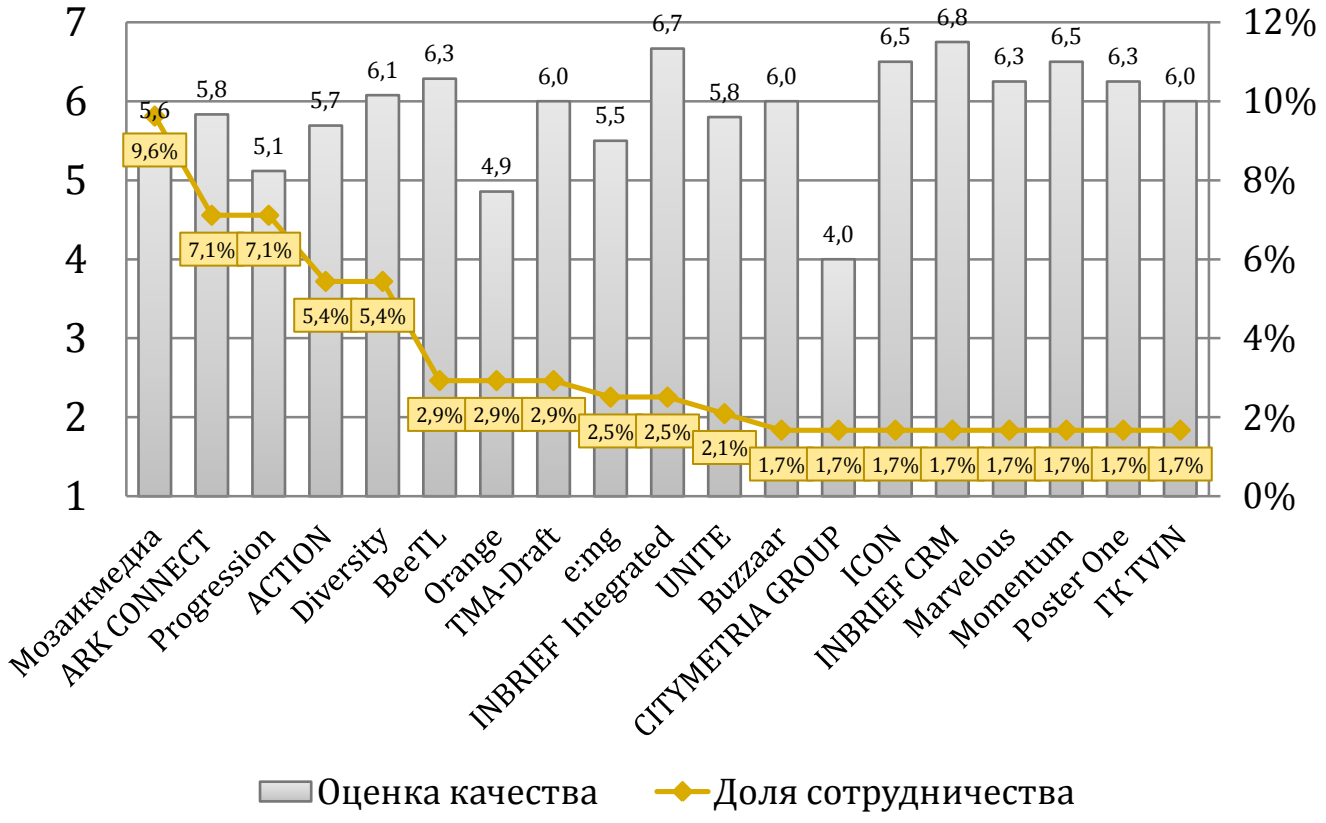
** Здесь и далее на первом слайде рейтинга в сегменте приведены компании, получившие ≥ 4 оценок*

** Здесь и далее приведены без редактуры*

Посмотрите на этот список агентств. С какими из агентств Вы сотрудничали в проектах, связанных с POSM? Пожалуйста, оцените общую удовлетворенность сотрудничеством с каждым из названных Вами агентств

РЕЙТИНГ АГЕНТСТВ DIGITAL MARKETING

Число работавших в сегменте : 239



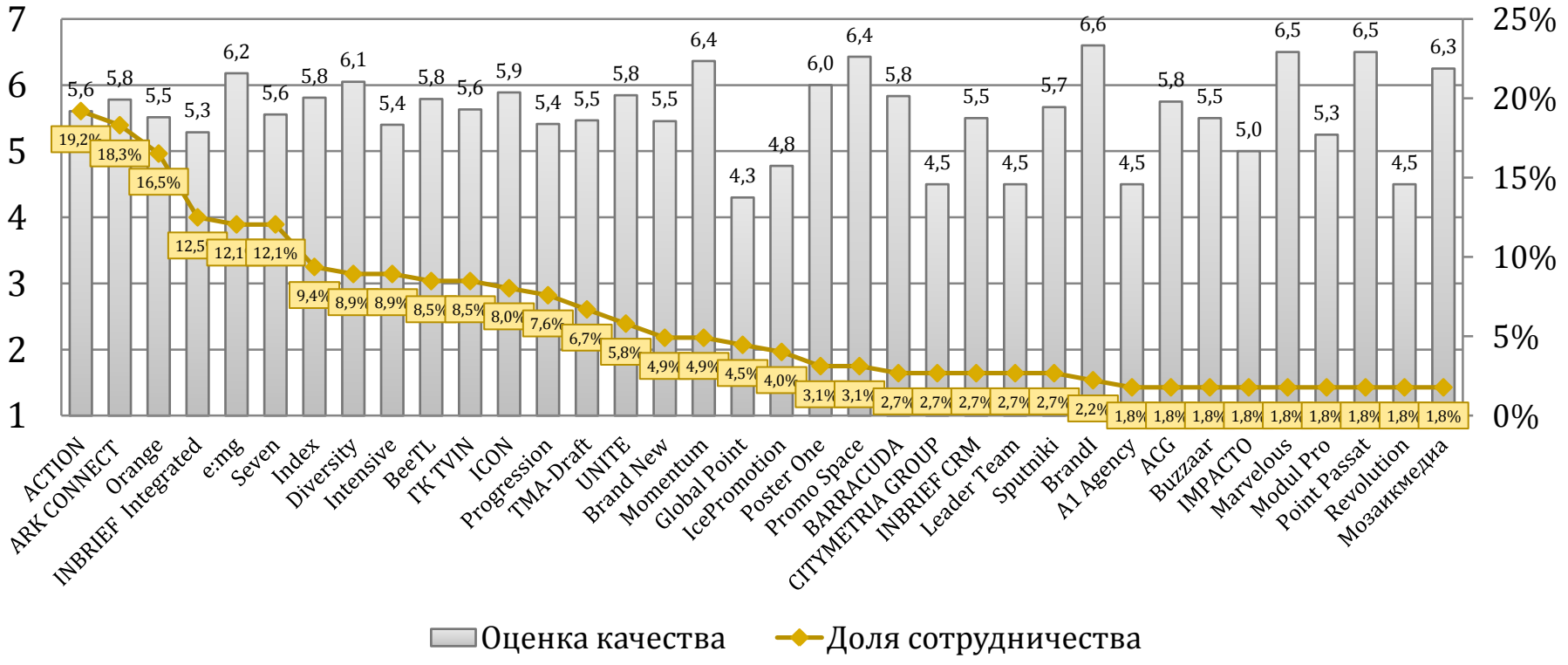
ОСНОВНЫЕ ПРЕТЕНЗИИ

- Слишком мало проактивной поддержки со стороны агентства
- Низкое уровень специалистов в диджитал
- Низкий уровень аккаунтинга и креатива
- Агентство навязано глобально. Scope of work уменьшился. Условия сделок ухудшились, клиентский сервис также
- Результат не соответствовал KPI
- Низкая скорость реакции на замечания клиента
- Сроки сдачи проектов, низкий уровень менеджмента
- Слабая реализация проектов. Недостаточный контроль процесса и результатов
- Нет четкости выполнения, анализа результатов и вовлеченности
- Неадекватно дорого

Посмотрите на этот список агентств. С какими из агентств Вы сотрудничали в проектах, связанных с Digital Marketing? Пожалуйста, оцените общую удовлетворенность сотрудничеством с каждым из названных Вами агентств

РЕЙТИНГ АГЕНТСТВ CONSUMER PROMOTION

Число работавших в сегменте: 224



Посмотрите на этот список агентств. С какими из агентств Вы сотрудничали в проектах, связанных с Consumer Promotion? Пожалуйста, оцените общую удовлетворенность сотрудничеством с каждым из названных Вами агентств

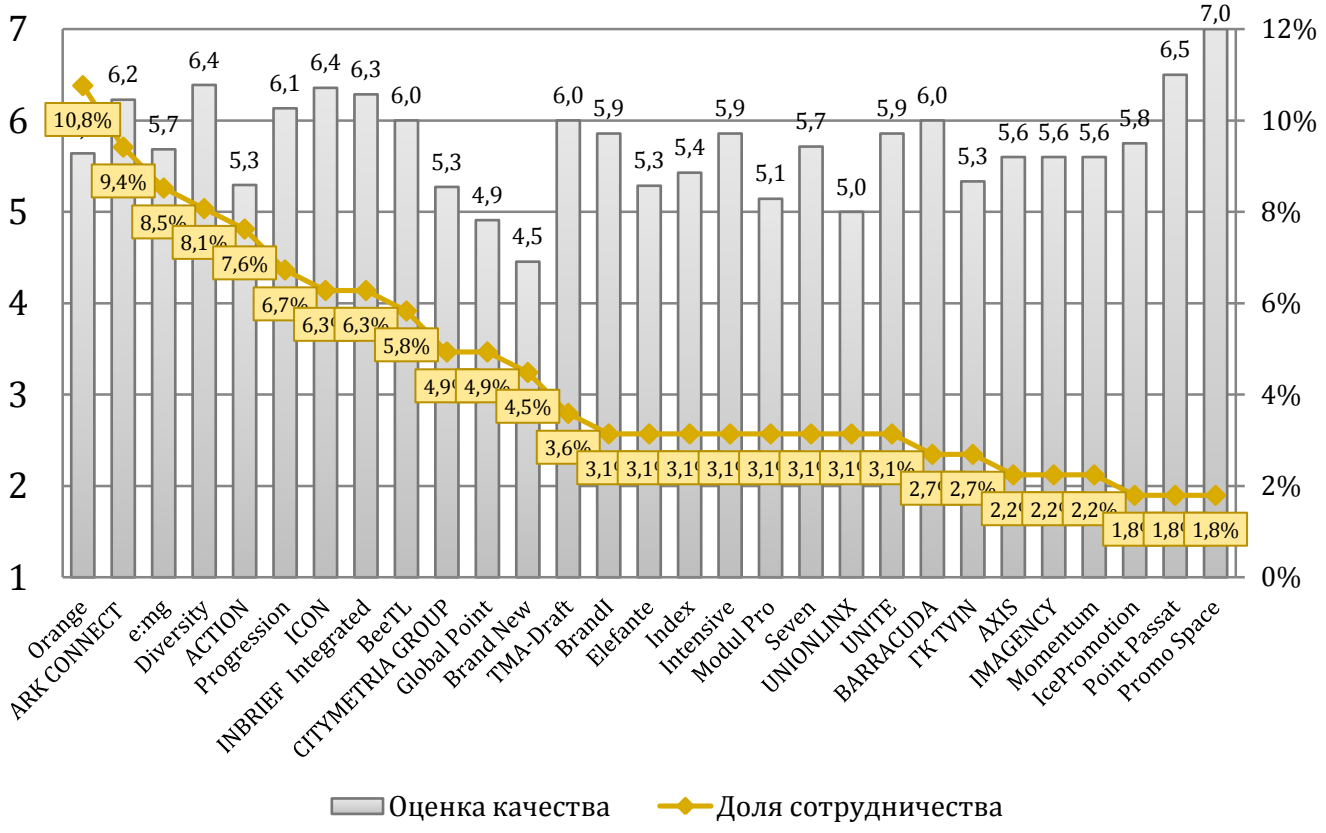
ОСНОВНЫЕ ПРЕТЕНЗИИ

- Низкое качество клиентского сервиса
- Плохой менеджмент
- Негибкость
- Проблемы с клиентским сервисом
- Результат промо не соответствовал ожиданиям
- Плохой клиентский сервис, завышенные косты
- Часть работы приходилось делать клиенту
- Низкое качество клиентского
- Завышенные цены, срыв таймингов
- Отсутствие клиентоориентированности, мобильности, страх перед переменами.
- Плохой менеджмент и контроль выполнения проектов, стоимость очень высокая
- Низкий уровень креатива и очень сложно менеджить, особенно сроки
- Низкое качество оказываемых услуг
- Работа отдела ки-аккаунтов
- В целом результаты (как факт исполнения проекта) устраивают - проекты реализуются в целом хорошо. Но иногда есть вопросы к срокам, скорости реагирования, усвоению лёрнингов прошлых проектов.
- Слабый менеджемент
- Сложности с документооборотом
- Низкое качество клиентского сервиса
- высокая стоимость персонала, менеджмент проекта
- низкий уровень клиентского сервиса, срыв дедлайнов
- Проблемы в команде и в финансовой устойчивости Агентства
- Смена менеджерского состава на менее профессиональный
- Отсутствие хорошего менеджмента
- Отсутствие гибкости при реализации проекта Сложность донесения цели проекта при брифинге
- Несвоевременно выполнение задач, некорректное оформление документов, безответственность
- Хороший креативный отдел, но реализация проектов очень дорогая
- Неграмотное ведение полевых проектов
- Агрессивный стиль с попытками продавить своё предложение. Манипуляция цифрами.
- Завышенные сметы
- Не удовлетворяет уровень менеджмента
- Среднее качество работы среднего менеджмента и предоставление предложения от агентства не соответствует высокой стоимости услуг, особенно по сопровождению проектов
- Смета, внимание к деталям
- Низкий уровень клиентского сервиса, срыв дедлайнов, непрозрачная система ценообразования, некачественный экзекьюшен проекта
- Срывание сроков проектов, неоперативность в работе
- сложности с документооборотом
- некачественный промо-персонал
- Непонимание конечных целей, срывы сроков
- Прекрасный креативный отдел, но впечатление испортил некачественный менеджмент проекта
- Слабый менеджмент проектов
- Некомпетентность аккаунтов
- Много нареканий к организации процесса,
- Не завершили работу над проектом
- Проблемы с клиентским сервисом
- Маленькое агентство, не готовое работать по политикам больших компаний fmcg
- Крайне низкий уровень реализации проектов
- Не все обязательства подрядчика были выполнены
- Низкий уровень клиентского сервиса, срыв дедлайнов
- Невнимательность к брифам, хромает тайминг, слабая поддержка менеджеров проекта, мало креатива
- Плохая подготовка промоутеров Недостаточный контроль промоутеров в торговых точках
- Не соблюдение сроков реализации проекта, отсутствие связи с менеджерами проекта, долгий процесс закрытия проектов.
- Не релевантные предложения, часто предлагаемые идеи оторваны от реальности. Низкое качество менеджмента
- Недостаточно проактивности, сложности с дизайнами, недостаточно высокое качество эккаунтинга
- Отсутствие фокуса на наших проектах
- Уровень менеджмента проекта уровень клиентского сервиса ценообразование
- Низкое качество креатива и исполнения
- Качество управления проектами
- Низкое качество клиентского сервиса
- Низкий уровень экспертизы Низкое качество оказываемых услуг
- Плохая реализация промо. Результаты очень слабые
- Непрозрачные KPI
- Некачественный промо-персонал
- Несоответствие заявленного качества реальному продукту
- Плохой менеджмент
- Полная неразбериха в структуре аг-ва, отсутствие клиентского сервиса
- Плохое исполнение
- Отсутствие грамотной координации проектов

Рейтинги по сегментам

РЕЙТИНГ АГЕНТСТВ EVENT MARKETING

Число работавших в сегменте: 223



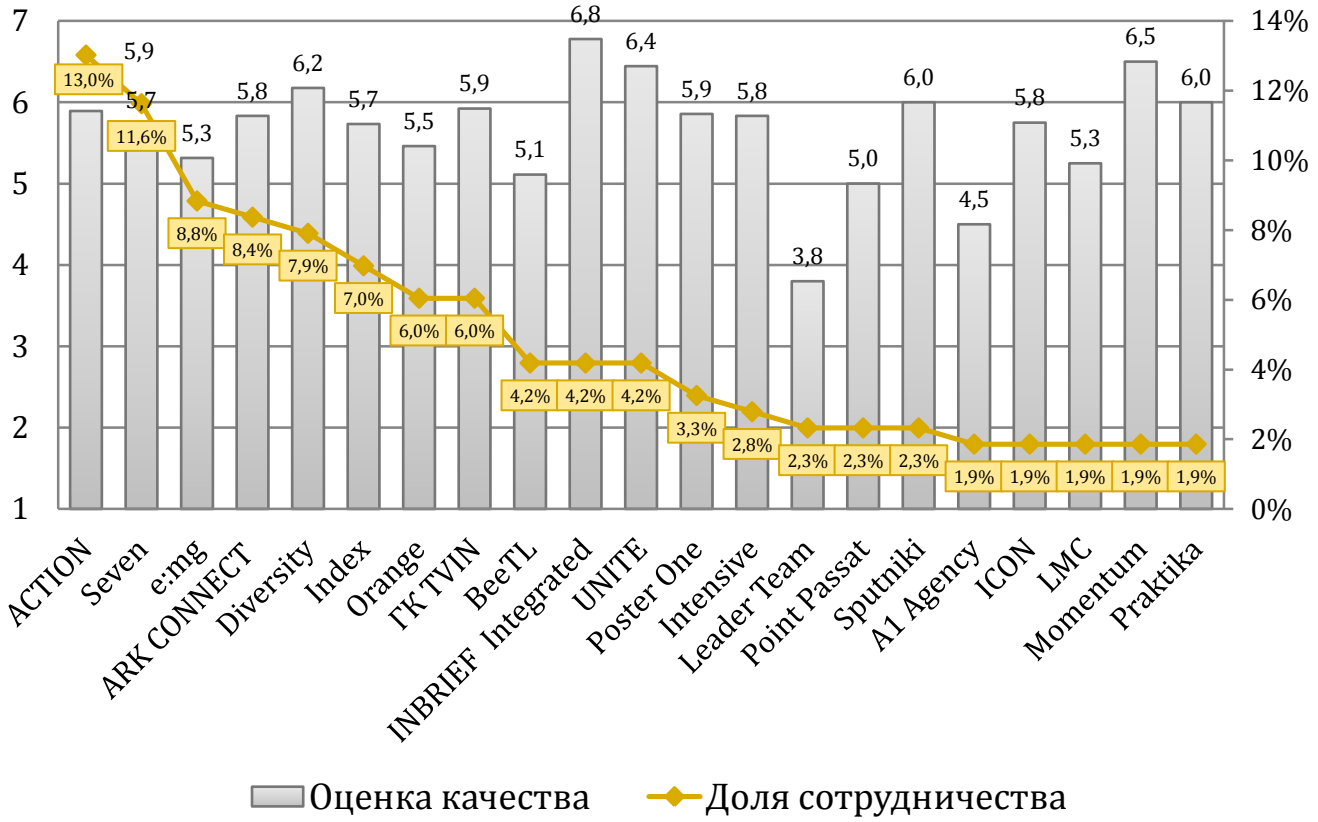
ОСНОВНЫЕ ПРЕТЕНЗИИ

- Ценовая политика агентства
- Низкое качество менеджмента и реализации
- Достаточно большая текучка ключевых людей в агентстве, отсутствие преемственности и наработки компетенций под Клиента.
- Отсутствие USP небольшой опыт команды в ивентах слабый креатив
- Несоблюдение таймингов, отсутствие предупреждений перед срывом того или иного этапа проекта
- Отсутствие гибкости при реализации проекта Сложность донесения цели проекта при брифинге
- Непонимание конечной цели
- Неудовлетворительная работа с точки зрения сроков подготовки мероприятий
- Низкий уровень ответственности

Посмотрите на этот список агентств. С какими из агентств Вы сотрудничали в проектах, связанных с Event Marketing? Пожалуйста, оцените общую удовлетворенность сотрудничеством с каждым из названных Вами агентств

РЕЙТИНГ АГЕНТСТВ TRADE MARKETING

Число работавших в сегменте: 215



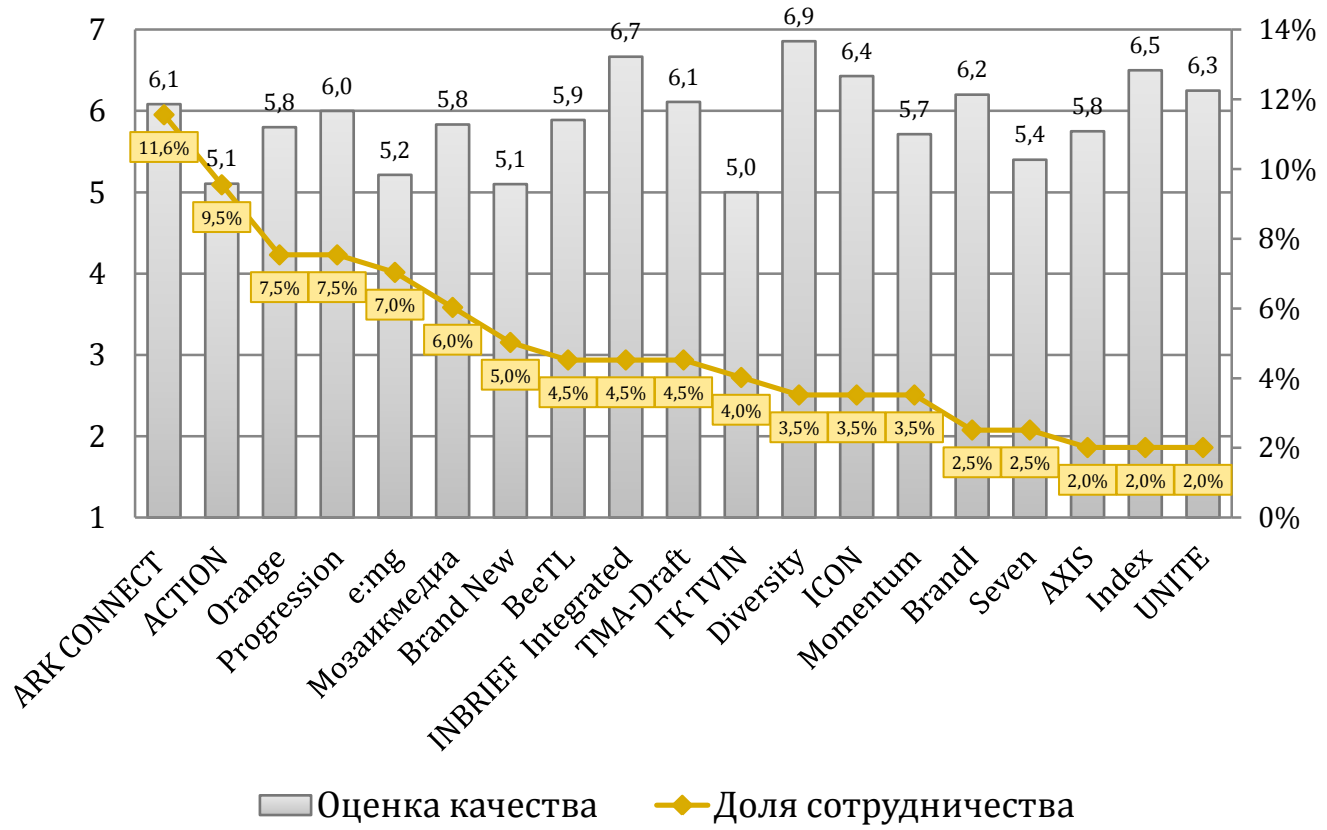
ОСНОВНЫЕ ПРЕТЕНЗИИ

- Качество коммуникации, скорость заполнения вакантных маршуртов, ошибки в отчетности
- Неудобная форма контроля аудитов, отчетность из полей с задержкой
- Плохой менеджмент и контроль реализации проекта
- Низкая вовлеченность агентства в реализацию промо-компании
- Нет видения consumer path
- Несоблюдение сроков реализации проекта, отсутствие связи с менеджерами проекта, долгий процесс закрытия проектов.
- Низкое качество проработки креативной идеи, отсутствие опыта в разработке трейд инструментов
- Высокая стоимость
- Плохое управление проектом, слабая подготовка персонала, низкое качество работы персонала. Плохо с отчётностью (долго и много ошибок).
- Слабая координация по регионам Отсутствие инструментов контроля хода проекта Отсутствие грамотной юридической поддержки хода проекта

Посмотрите на этот список агентств. С какими из агентств Вы сотрудничали в проектах, связанных с Trade Marketing? Пожалуйста, оцените общую удовлетворенность сотрудничеством с каждым из названных Вами агентств

РЕЙТИНГ АГЕНТСТВ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Число работавших в сегменте: 199



ОСНОВНЫЕ ПРЕТЕНЗИИ

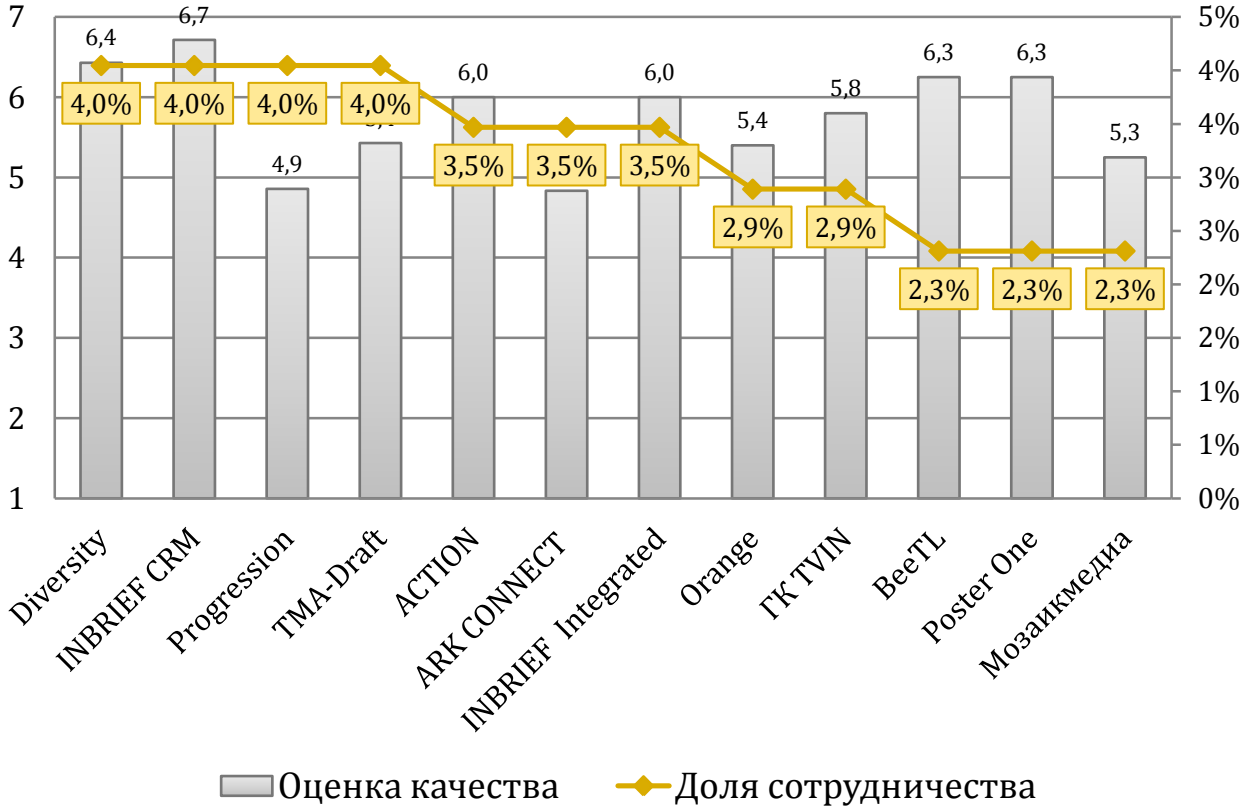
- Сложности при коммуникации
- Мало проактивный предложение и рекомендаций со стороны агентства.
- недостаточная гибкость для маленьких проектов
- Высокие косты, плохой клиентский менеджмент
- Низкое качество менеджмента и реализации
- Менеджмент проекта, уровень клиентского сервиса, ценообразование
- Отсутствие гибкости при реализации проекта
- Завышенная стоимость Несоблюдение сроков
- Требуется постоянный контроль. Некоторые этапы сделаны как будто фрилансерами (при достаточно хорошем предыдущем опыте подготовки макетов рекламных материалов, некоторые готовились очень некачественно).
- Предлагаемый медиамикс слабо подкреплен аналитикой, не предлагают ничего нового, что происходит у площадок, не держат в курсе нового инвентаря и медийных проектов.
- Нет уникальных предложений

Посмотрите на этот список агентств. С какими из агентств Вы сотрудничали в проектах, связанных с ИК? Пожалуйста, оцените общую удовлетворенность сотрудничеством с каждым из названных Вами агентств

Рейтинги по сегментам

РЕЙТИНГ АГЕНТСТВ DIRECT MARKETING/CRM

Число работавших в сегменте: 173



ОСНОВНЫЕ ПРЕТЕНЗИИ

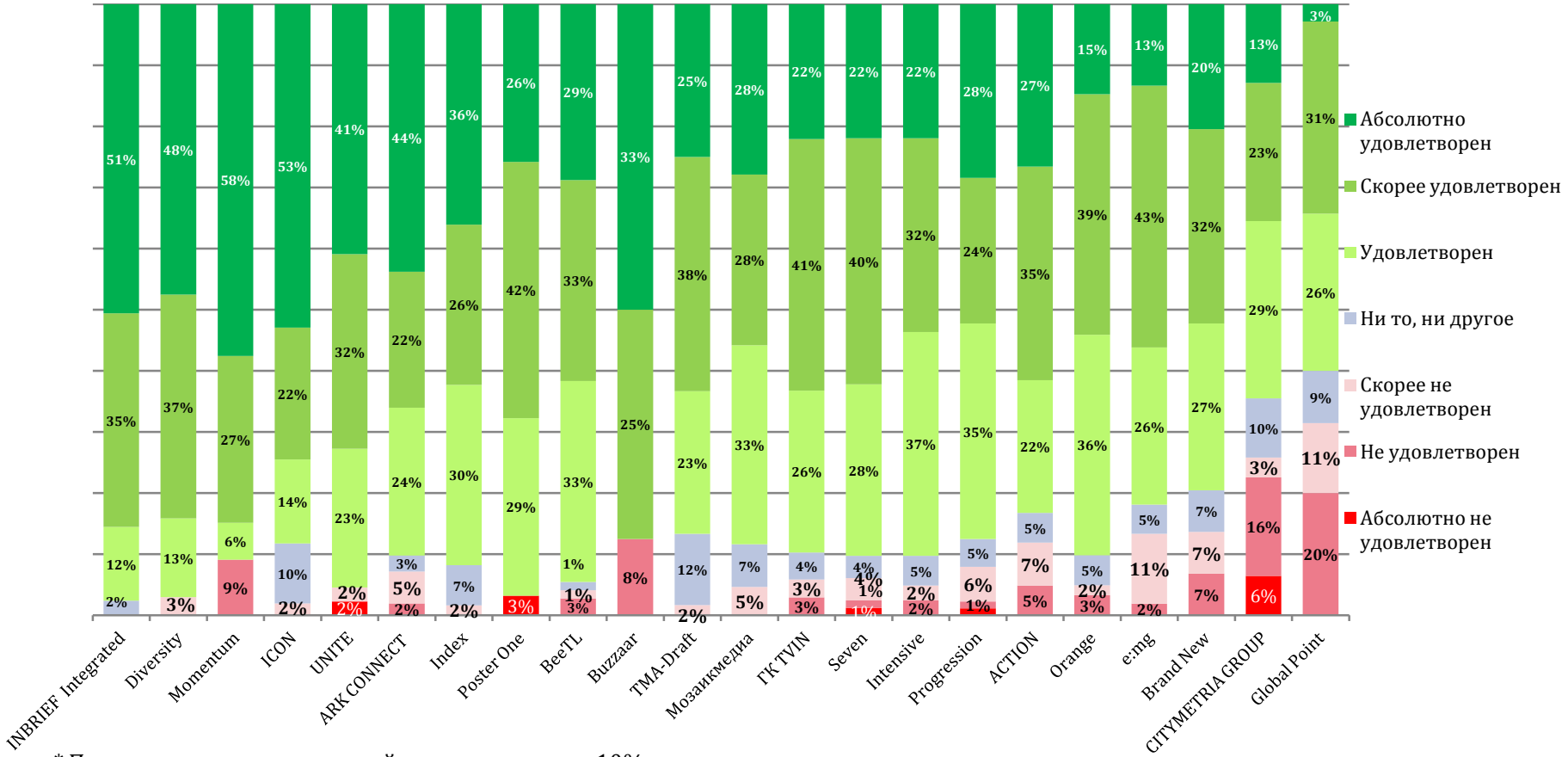
- Нарушение таймингов
- Очень все сложно и дорого
- Проект был крайне объемный, агентство не справлялось со всеми задачами одновременно хорошо
- Незаинтересованность в клиенте, отсутствие глубокой проработки, плохой контроль процесса кампании.
- Некачественно прорабатывается проект до старта. Приходится вносить корректировки уже в запущенной кампании
- Частая смена команды, отсутствие качественной проработки.

Посмотрите на этот список агентств. С какими из агентств Вы сотрудничали в проектах, связанных с Direct Marketing/CRM? Пожалуйста, оцените общую удовлетворенность сотрудничеством с каждым из названных Вами агентств

СОДЕРЖАНИЕ

1. Описание исследования
2. Использование основных видов маркетинговых услуг
3. Известность агентств
4. Доля сотрудничества. Карта эффективности
5. Рейтинги по сегментам
6. **Показатели удовлетворенности сотрудничеством**
7. Готовность рекомендовать

УРОВЕНЬ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ СОТРУДНИЧЕСТВОМ*



* Приведены компании с долей сотрудничества ≥10%

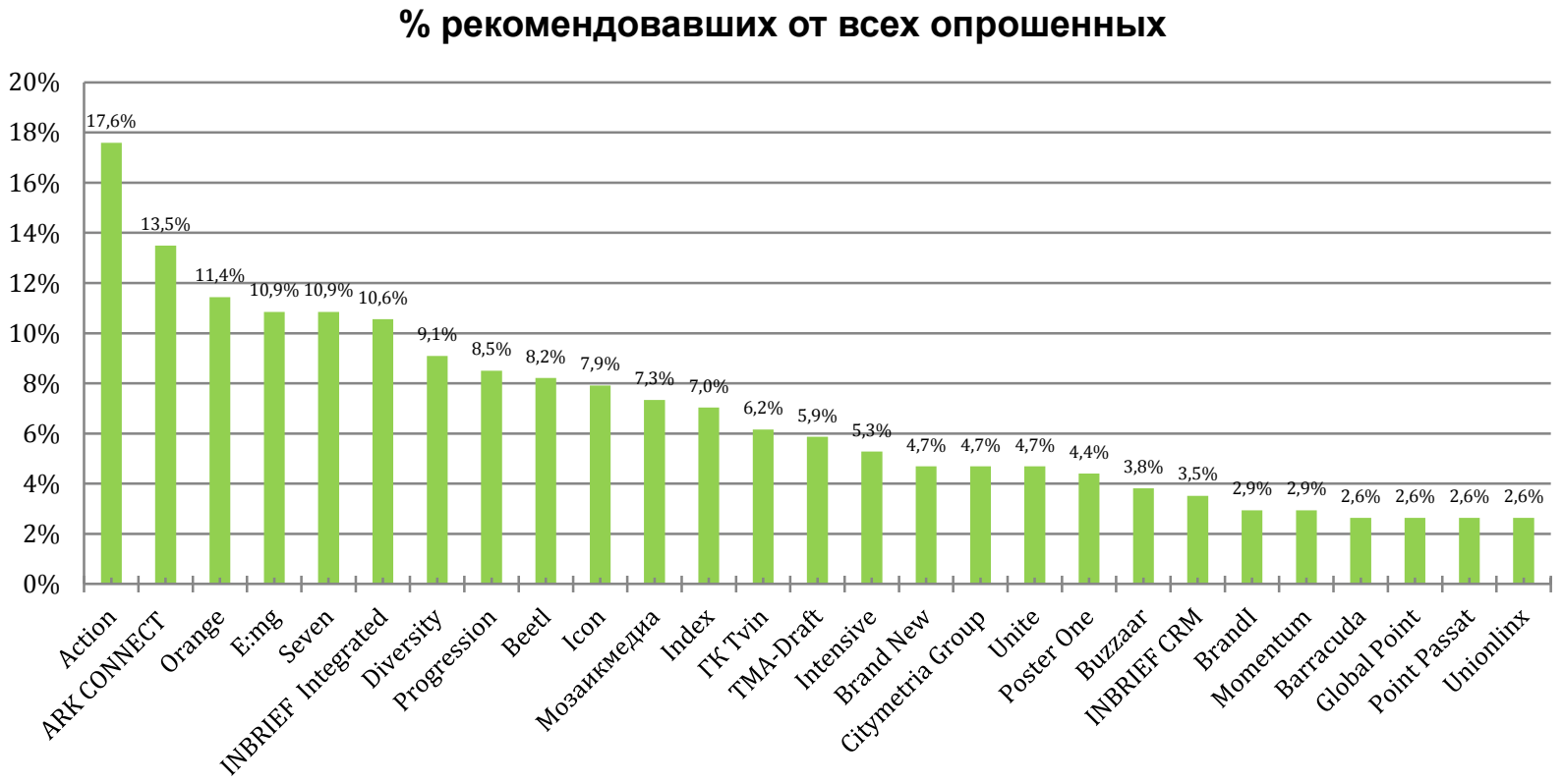
Оцените степень удовлетворенности сотрудничеством с агентством.

Число респондентов 341

СОДЕРЖАНИЕ

1. Описание исследования
2. Использование основных видов маркетинговых услуг
3. Известность агентств
4. Доля сотрудничества. Карта эффективности
5. Рейтинги по сегментам
6. Показатели удовлетворенности сотрудничеством
7. **Готовность рекомендовать**

ГОТОВНОСТЬ РЕКОМЕНДОВАТЬ



- *Какие из перечисленных агентств маркетинговых услуг Вы бы порекомендовали Вашим коллегам по работе или друзьям?*

Число респондентов 341

Исполнительная дирекция РАМУ
+7 (495) 662-39-88
INFO@RAMU.RU

www.adindex.ru
+7 (495) 737-08-45
+7 (916) 525-66-13