



Исследование известности агентств интернет- рекламы

Какие digital-агентства клиенты считают
самыми известными?

Идея исследования

Интернет-издание SEOnews регулярно проводит исследования рынка интернет-рекламы и отраслевые рейтинги. Один из них – рейтинг «Известность SEO-компаний». В нем респондентами выступают сами игроки рынка, SEO-компании, которым нужно назвать самые популярные агентства, занимающиеся поисковым продвижением. Когда мы подводили [итоги рейтинга Известности в 2018 году](#), нам стало интересно, а какие компании популярны не среди коллег по цеху, а именно среди клиентов. Бренды каких агентств известны клиентам и к каким подрядчикам они обращаются чаще всего?

Именно так появилась идея провести исследование известности агентств с другой стороны – **клиентской**.

Из нового исследования SEOnews вы узнаете:

- 1) Список самых известных агентств интернет-рекламы, по мнению клиентов.
- 2) Откуда клиенты чаще всего узнают о рекламных агентствах.
- 3) Самые популярные каналы интернет-рекламы, которые используют клиенты.
- 4) Бюджеты, которые клиенты вкладывают в интернет-рекламу.

Оглавление

Коротко об исследовании	4
Портрет респондентов	5
Размер бюджета, вкладываемого в интернет-рекламу	6
Используемые каналы интернет-рекламы.....	7
Откуда клиенты узнают о компаниях.....	8
Кого назвали респонденты?	9
Выводы исследования.....	14

Коротко об исследовании

Телефонный опрос проводился в период с конца ноября по конец декабря 2018 года.

Чтобы расширить границы исследования, мы решили изучить рынок агентств, занимающихся интернет-рекламой в целом, а не только поисковым продвижением.

Респондентам задавался вопрос: *Назовите три известных вам компании на рынке интернет-рекламы?*

Мы совершали телефонный опрос по базе рекламодателей, которую собирали по каталогам, отраслевым рейтингам и различным открытым источникам. Это компании из разных сегментов бизнеса, в том числе бренды и крупные рекламодатели, которые используют интернет-рекламу или использовали ранее.

Всего в исследовании приняли участие **450** респондентов – настоящих или потенциальных клиентов рекламных агентств, которые назвали **80** игроков рынка интернет-рекламы.

Респондентам нужно было назвать три компании, оказывающие услуги интернет-маркетинга, которые они могут вспомнить в данный момент без подсказки с нашей стороны.

Итоговый балл для названных брендов рассчитывался путем суммирования ответов респондентов. Чтобы учесть очередность, с которой респонденты называли бренды, мы ввели коэффициенты для каждого места (с первого по третье) – чем выше место, тем выше коэффициент.

Портрет респондентов

В ходе исследования нами были опрошены **450** рекламодателей, из них 150 – это крупные компании и общеизвестные бренды, 300 – средний и малый бизнес.

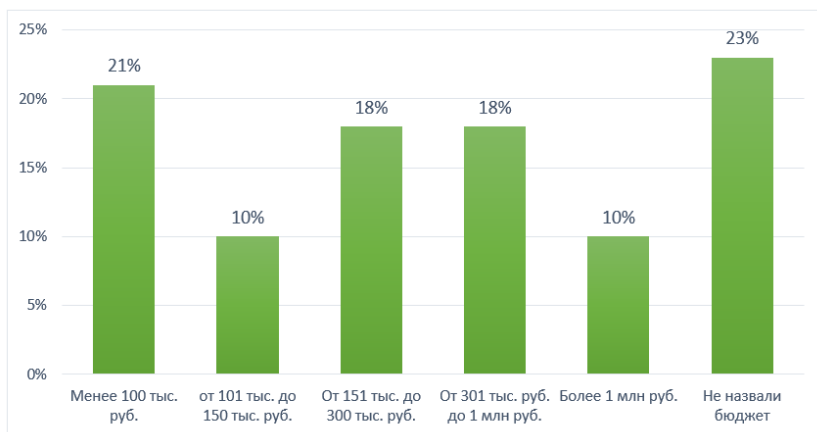
Больше половины респондентов (54%) – это менеджеры высшего звена (директора по маркетингу и рекламе и руководители отделов), 45% опрошенных – это рядовые специалисты отделов маркетинга и рекламы.



Отрасли, которые участвовали в опросе: электроника и бытовая техника, автомобили и мототехника, авиаперевозки, косметика и красота, кино, банки, FMCG, строительство, спортивные товары, недвижимость, медицина и др.

Размер бюджета, вкладываемого в интернет-рекламу

По размеру бюджета компании респондентов распределились на 5 групп в зависимости от суммы, вкладываемой в интернет-рекламу:



21% респондентов представляют компании с рекламным бюджетом менее 100 тыс. рублей, в компаниях с рекламным бюджетом от 151 до 300 тыс. рублей и от 301 тыс. рублей до 1 млн рублей работают по 18% опрошенных.

По 10% респондентов – у компаний с бюджетом от 101 до 150 тыс. рублей и с бюджетом более 1 млн рублей.

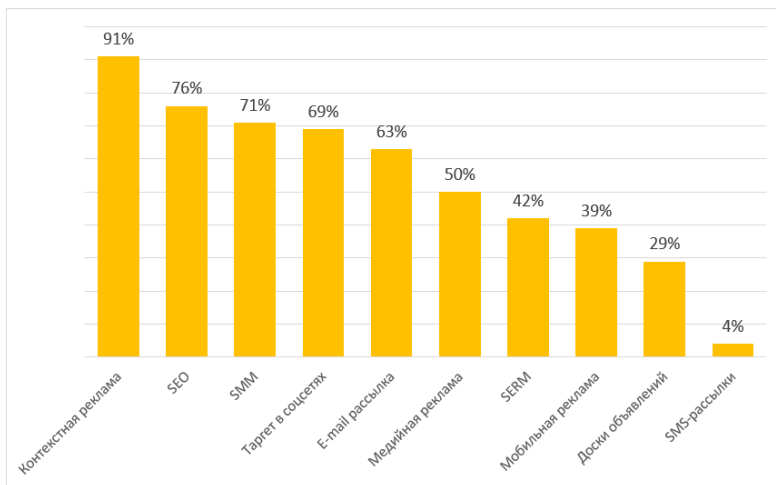
23% респондентов отказались разглашать данные своих компаний по бюджету на интернет-рекламу.

Интересно: полученные данные по бюджету на услуги интернет-рекламы совпадают с результатами исследования, которое проводил SEOnews в рамках рейтинга [«SEO глазами клиентов 2018»](#). Здесь самыми популярными ответами были – от 30 тыс. до 50 тыс. руб. (22,43% респондентов) и от 50 тыс. до 100 тыс.

руб. (20,58% респондентов). То есть большая доля респондентов рейтинга так же тратит до 100 тыс. рублей на интернет-маркетинг, как и в исследовании известности.

Используемые каналы интернет-рекламы

Чаще всего компании-респонденты отвечали, что используют микс каналов интернет-рекламы (3 и более каналов), ведут каналы сами и частично прибегают к помощи подрядчиков.



Практически каждая из опрошенных компаний ведет контекстную рекламу (91%), поисковое продвижение – на втором месте (76%), на третьем месте SMM (71%) и отдельно вынесенный нами канал – таргетированная реклама в соцсетях (69%).

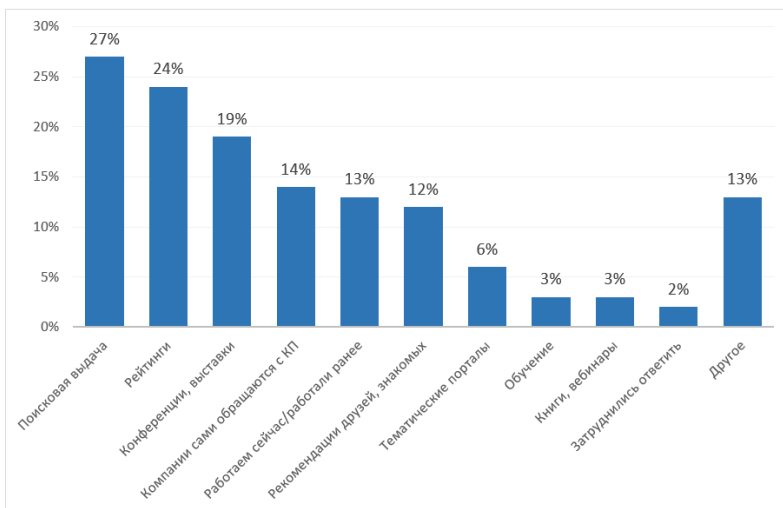
Меньше всего компании-респонденты используют платное размещение в сервисах объявлений (доски объявлений), т.к. не всем бизнес-тематикам

подходит данный инструмент интернет-рекламы. Он более характерен для тематик «Недвижимость», «Строительство», «Авто» и др.

Необходимо отметить, что 4% респондентов самостоятельно указали SMS-рассылки как дополнительно используемый канал продвижения. В список, приведенный в опросе, этот канал не входил.

Откуда клиенты узнают о компаниях

Помимо вопроса об известных компаниях мы задали респондентам вопрос о том, откуда они узнают о компаниях на рынке интернет-рекламы.



Самым популярным источником знаний о компаниях стал поиск (27%).

Обзвон по исследованию совпал с периодом отраслевых мероприятий и высокой рекламной и PR-активности компаний. Поэтому закономерно, что на

втором и третьем месте респонденты указали источником информации о компаниях «Рейтинги» (24%) и «Конференции» (19%).

Среди рейтингов респонденты называли: Adindex, «Рейтинг Рунета», SEOnews, Ruward, Tagline, CMSmagazine.

В «Другое» мы включили ответы: «известны в целом», «работал в компании», «хотел работать в компании», «СМИ», «реклама», «личная практика» и др.

Кого называли респонденты?

В таблице представлены компании интернет-маркетинга, которые называли респонденты исследования, мы выстроили их в порядке убывания в соответствии с полученным итоговым баллом, учитывая, на каком месте из трех их называли респонденты:

№	Компания	Итоговый балл
1	Ingate	13
2	Kokoc.com	7,6
3	Demis Group	3,5
4	eLama	3,1
5	Racurs (ГК Риалвеб)	2,8
6	Ашманов и партнеры	2,7
7	i-Media	2,6
8	Completo	1,9
9	BBDO Group	1,6
10	Convert Monster	1,3
11	Media Guru	1,2
12	RTA	1,2

13	ArrowMedia	1
14	Adventum	1
15	Медиасфера	0,7
16	PromoPult	0,7
17	MediaNation	0,6
18	Admitad	0,6
19	Dextra	0,6
20	iConText	0,6
21	Fructus	0,6
22	Doodah	0,6
23	Inbreak	0,6
24	IQ Online	0,6
25	Kelin Media	0,6
26	Media Hint	0,6
27	One Touch	0,6
28	Runita	0,6
29	Rusability	0,6
30	SmartMedia	0,6
31	Socialist Media	0,6
32	Wavemaker	0,6
33	Газпром-медиа	0,6
34	Индиго	0,6
35	Лидер медиа	0,6
36	Люди Говорят	0,6
37	Borscht	0,6
38	Media 108	0,4
39	Red keds	0,4
40	Semantica	0,4
41	Techart	0,4

42	TexTerra	0,4
43	Trinet Group	0,4
44	Trinity Agency	0,4
45	Блондинка.ру	0,4
46	Engage Agency	0,3
47	Fohat	0,3
48	Artics Internet Solutions	0,3
49	iSEO	0,3
50	MGcom	0,3
51	Millennium-M	0,3
52	MOAB	0,3
53	Molinos	0,3
54	Monster Context	0,3
55	Russian Robotics	0,3
56	Sidorin Lab	0,3
57	Webit	0,3
58	ADV SERVICE	0,3
59	ADLABS	0,3
60	Июнь	0,3
61	Carat Russ` Media	0,3
62	Магистро	0,3
63	НТ Партнер	0,3
64	Скобеев и Партнеры	0,3
65	СПАЙК community	0,3
66	Fistashki	0,3
67	Четвёртый Рим	0,3
68	Эврика	0,3
69	Пиксель Плюс	0,1
70	1PS.RU	0,1

71	Astra Media Group	0,1
72	Auditorius	0,1
73	Calltouch	0,1
74	Intelsib	0,1
75	Mediapronet	0,1
76	Modul Pro	0,1
77	OMD OM Group	0,1
78	Tesla Media	0,1
79	Ways Solutions	0,1
80	CityAds Media	0,1
Другое*		—

*В категорию «Другое» мы отнесли респондентов, которые не смогли вспомнить компанию без подсказки, их мы не учитывали в расчете итогового балла. Также в эту категорию внесены компании, которые не оказывают услуги интернет-рекламы (IT-компании, новостные порталы и т.д.), а также мелкие компании, которых упомянули только один раз.

Интересно: достаточно большой процент респондентов не смогли назвать ни одной компании интернет-маркетинга, потому что в данный момент у них нет потребности в подрядчике и также нет явных предпочтений среди игроков рынка. Но когда потребность появится, такие компании будут открыты к предложениям. Поэтому агентствам стоит иметь в виду, что есть еще существенный процент неохваченных клиентов, за который они могут побороться.

Учитывая данные исследования об источниках знаний о компаниях (напомним, что 24% опрошенных ищут информацию о подрядчике в рейтингах и 19% — следят за выступлениями на мероприятиях отрасли), агентствам стоит подключить PR-службы и усилить работу на узнаваемость, чтобы чаще попадать в поле зрения потенциального заказчика.

Компании в ТОП 3

Лидером исследования и самой часто называемой компанией стал **Ingate**, опередивший по итоговому баллу ближайшего конкурента **в 1,7 раза**. Ingate назвали **39%** от общего количества респондентов: из них на первом месте – 57% упоминаний, на втором – 38% и 5% – на третьем.

Компания **Kokoc.com** заняла второе место в нашем исследовании, ее назвали почти **16%** от общего количества респондентов: из них на первом месте – 73% упоминаний, на втором – 20% и 13% – на третьем.

На третьем месте оказалась компания **Demis Group**. Ее назвали почти **9%** от общего количества респондентов: из них на первом месте – 62% упоминаний, на втором – 13% и 25% – на третьем.

Проводя параллель с последним рейтингом SEOnews [«Известность SEO-компаний 2018»](#), о котором мы упоминали в начале статьи, оказалось, что ТОП 3 компаний из исследования известности полностью совпадают с ТОП 3 рейтинга известности, который мы проводили в ноябре 2018 года:

#	SEOnews: исследование известности агентств интернет-рекламы	SEOnews: рейтинг известности брендов SEO-компаний 2018*
1	Ingate	Ingate
2	Kokoc.com	Kokoc.com
3	Demis Group	Demis Group
4	eLama	Ашманов и партнеры
5	Реалвеб	Пиксель Плюс

*С методологией рейтинга известности брендов SEO-компаний можно ознакомиться [здесь](#).

В итоге в тройке лидеров оказались Ingate, Kokoc.com и Demis Group, что говорит о большой популярности этих компаний как среди коллег, так и среди клиентов.

Выводы исследования

Подводя итоги исследования, можно сделать следующие выводы:

- Всего в ходе опроса клиенты назвали **80** компаний, учитывая, что сейчас на рынке присутствует 2000+ агентств, оказывающих услуги интернет-маркетинга. Это значит, что клиенту известен лишь узкий круг компаний. В основном это крупные агентства с широким спектром услуг.
- Знание клиентов о компаниях непостоянно, оно зависит от сезонных всплесков активностей агентств. Сегодня клиенты назвали одни компании, завтра могут вспомнить совершенно другие. Например, в ходе опроса были случаи, когда клиенты называли ряд компаний, которых недавно видели на одном из мероприятий, но забывали про своего собственного подрядчика, случайно вспоминая о нем только в конце беседы.
- Чаще остальных клиенты называли компании, которые уже давно зарекомендовали себя на рынке интернет-рекламы, являются лидерами отрасли, чаще других принимают участие в крупных отраслевых мероприятиях, занимают верхушки рейтинговых таблиц и в основном оказывают комплекс услуг. Однако многие известные бренды, хоть и были названы респондентами, но получили мало упоминаний и оказались в конце списка.
- В ходе опроса **52%** респондентов назвали компании, которые в итоге встретились среди ответов других респондентов не чаще двух раз. Также респонденты называли компании, которые вовсе не занимаются интернет-рекламой (IT-компании, новостные порталы и мелкие/региональные компании). Такие разные ответы респондентов связаны с насыщенностью рынка интернет-рекламы, появлением большого количества новых игроков, слияниями брендов и изменением профиля компаний.