

# **Результаты исследования IAB Russia: влияние коронавируса на рынок интерактивной рекламы**



Пятая волна (июль-август 2020)

Сентябрь 2020

# СОДЕРЖАНИЕ

Основные выводы	3-6
Графики и описание	7-26
Методология и статистика	27-29
Контакты	30



# ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

## Влияние эпидемии на рынок интерактивной рекламы

- 45% респондентов считает, что объем российского рынка интерактивной рекламы во втором полугодии 2020 года возрастет
- 15% опрошенных считают, что рынок не изменится
- **41% полагают, что максимум негативного влияния эпидемии на индустрию уже пройден**
- 92% участников исследования согласны с утверждением, что эпидемия коронавируса приведет к изменениям во всех сегментах рынка



# ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

## Конец эпидемии

- 4% опрошенных полагают, что эпидемия закончится осенью 2020 года
- 19% - эпидемия закончится в конце 2020 года
- 63% - закончится в 2021 году
  
- **4% опрошенных считают, что эпидемия уже закончилась**

# ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

## Работа с партнерами

- **52%** респондентов продолжают сталкиваться с консервативным подходом партнёров к бюджетам (заморозка, перенос бюджетов)
- **44%** отметили, что изменения в запросах клиентов и контрагентов связаны с возвращением отложенных бюджетов и продолжением рекламной активности

**Пик влияния эпидемии на бизнес-процессы пришелся на май 2020 года (3 волна), когда о явных изменениях в работе с партнёрами и клиентами сообщало большинство опрошенных**

К июлю-августу (5 волна) значительно сократилось количество респондентов, столкнувшихся с переносами, отменой рекламных бюджетов, тендеров, контрактов



# ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

## Компании в период эпидемии

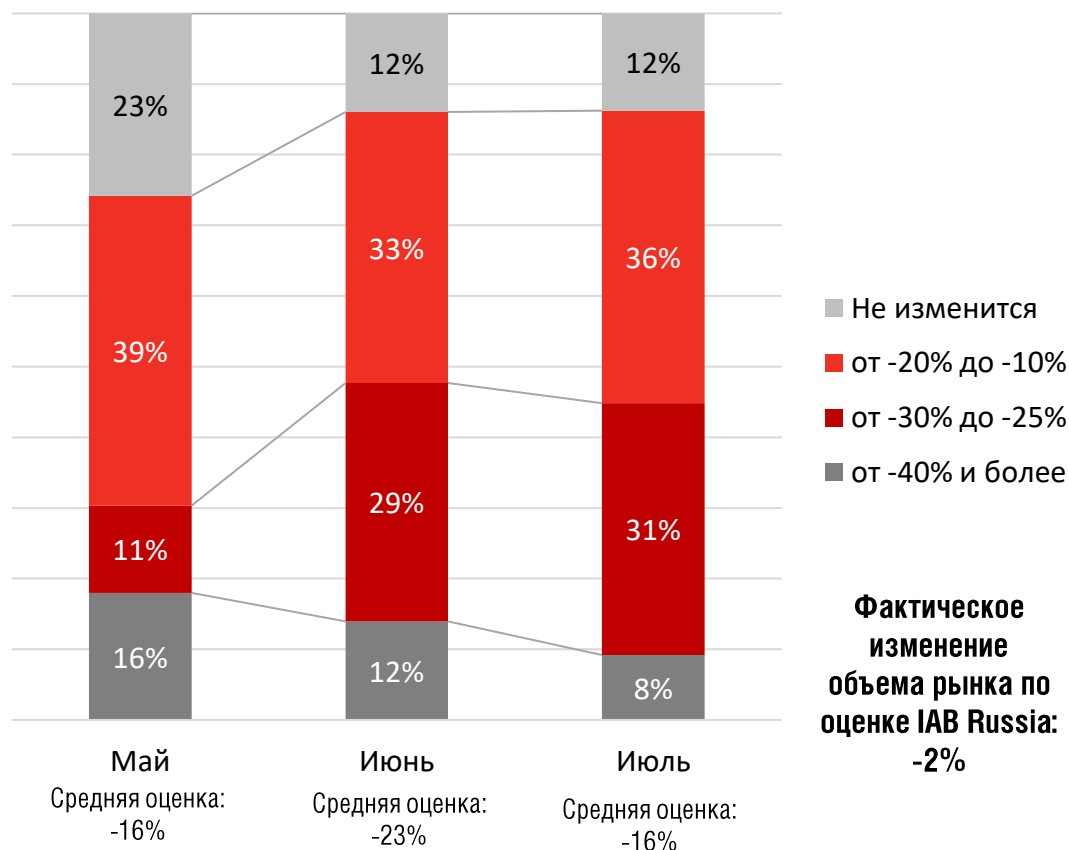
- **41%** участников опроса продолжают работать удалённо
- **41%** указали, что лишь часть сотрудников продолжает работать удалённо, другие же вернулись к обычному офисному режиму работы
- **11%** вернулись к обычному офисному режиму работы
- **89% опрошенных планируют сохранить возможность удалённой формы работы**
- **81%** респондентов планируют сохранить встречи с контрагентами в режиме онлайн
- **74%** продолжают использовать каналы онлайн коммуникации

# Графики и описание

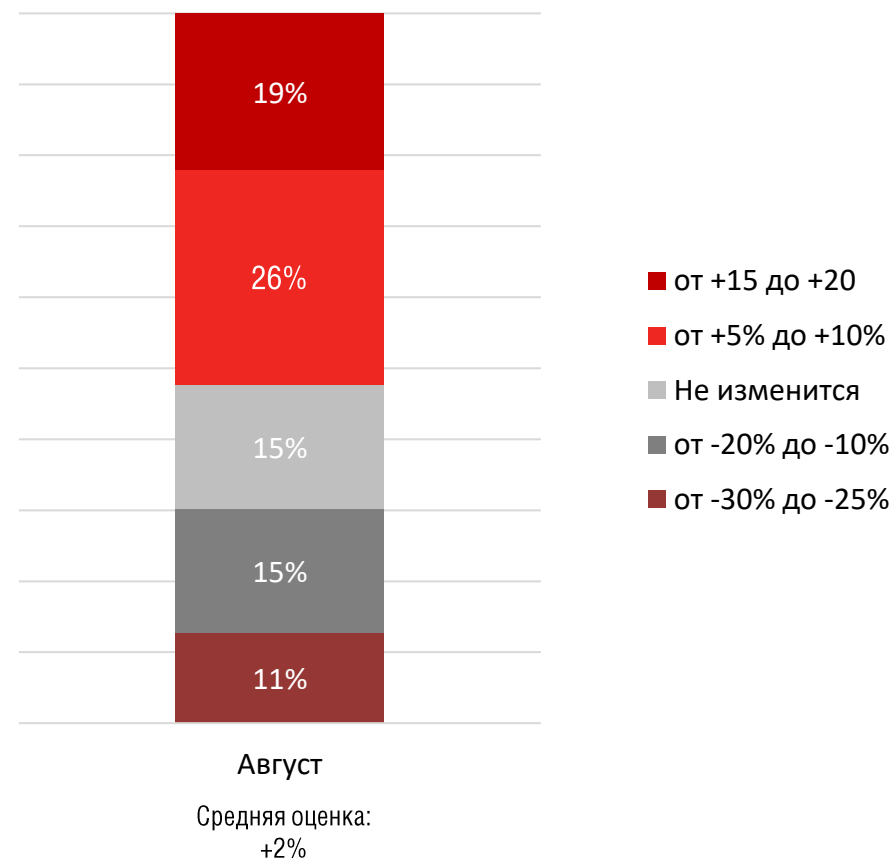


# 1. Как, по Вашей оценке, изменится объём рынка интерактивной рекламы

...во **втором квартале** 2020 года относительно второго квартала 2019 года?



...во **втором полугодии** 2020 года относительно второго полугодия 2019 года?





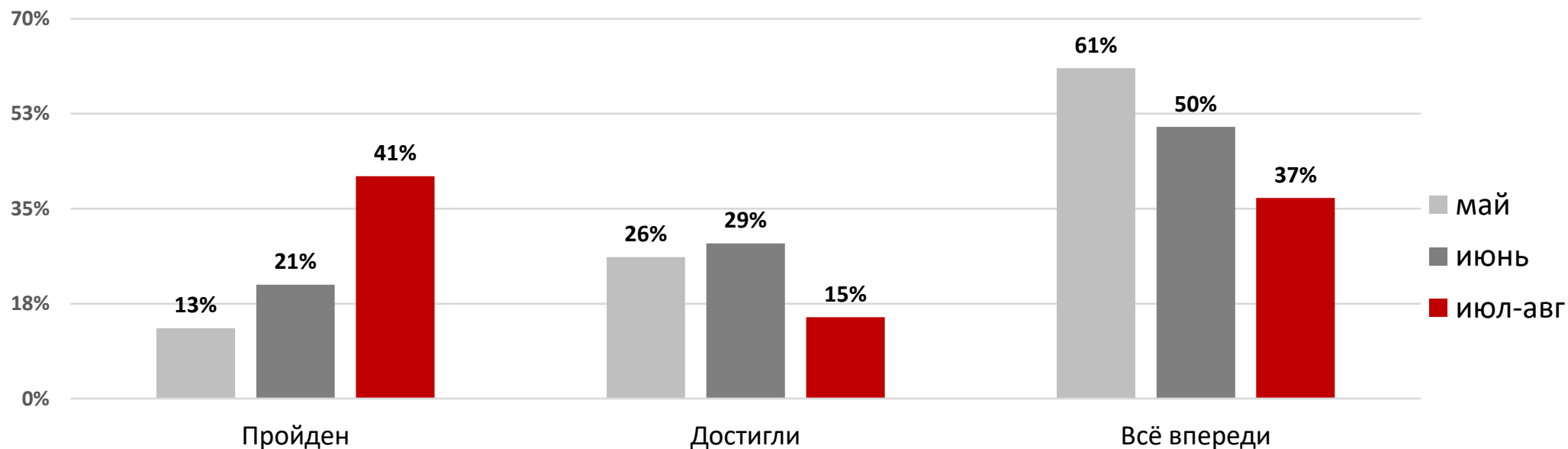
# 1. Как, по Вашей оценке, изменится объём рынка интерактивной рекламы

**45% полагают, что объём рынка возрастет**

- 15% считают, что рынок не изменится
- 26% прогнозируют сокращение объемов рынка во втором полугодии 2020 года по сравнению со вторым полугодием 2019
- Из них 26% предполагают рост в размерах от 5% до 10%, а 19% - на рост от 15% до 20%

## 2. Как Вы считаете, достигнут ли максимум негативного влияния пандемии?

**41% считают, что максимум негативного влияния эпидемии на индустрию уже пройден. Этот показатель постоянно рос и достиг максимума в июле-августе (5 волна)**

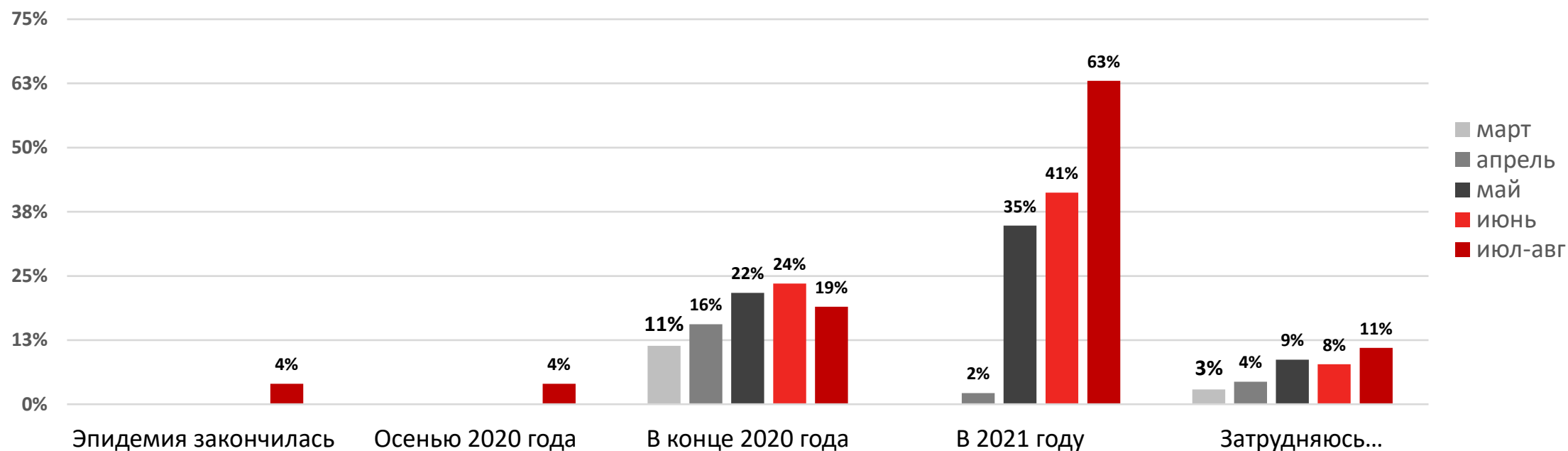


- 15% считают, что мы достигли максимума негативного влияния эпидемии на индустрию
- 37% предполагают, что максимум еще впереди
- Эти показатели сократились на 14 п.п. и 13 п.п. и составляют в мае 15% и 37% соответственно

### 3. Как Вы считаете, когда закончится пандемия?

63% полагают, что пандемия закончится в 2021 году.

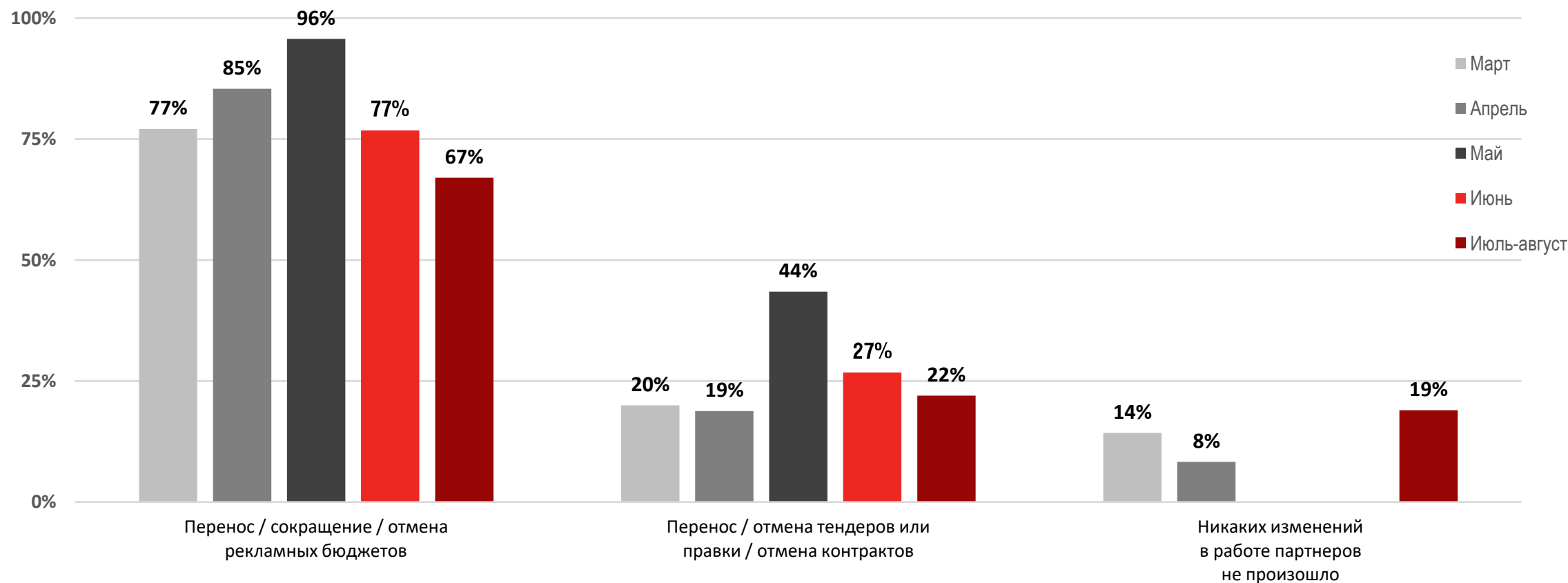
В течение исследования эта доля постоянно увеличивалась и достигла максимума в июле-августе



- 4% - пандемия закончилась
- 4% - эпидемия закончится осенью 2020 года
- 19% - эпидемия закончится в конце 2020 года

## 4. Какие изменения произошли в работе Ваших партнеров в период самоизоляции?

Пик влияния пандемии на бизнес-процессы пришелся на 3-ю волну исследования (май 2020), когда о явных изменениях в работе с партнёрами и клиентами сообщало 96% опрошенных



## 4. Какие изменения произошли в работе Ваших партнеров в период самоизоляции?

**19% респондентов в августе не столкнулись с изменениями в работе контрагентов. Этот показатель достиг максимума в июле-августе 2020**

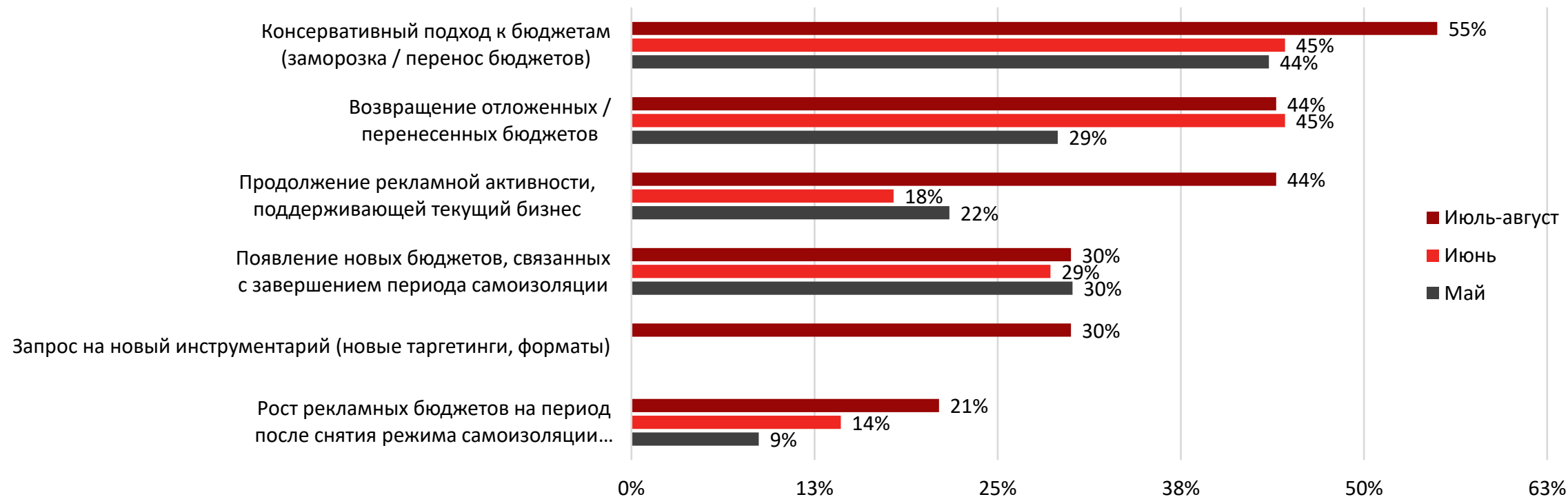
- 22% опрошенных указывают на то, что изменения в работе контрагентов связаны с переносами / отменой тендеров, либо с правками или отменой контрактов

### **К августу 2020:**

- на 29 п.п. сократилось количество респондентов, столкнувшихся с переносами / сокращениями и отменой рекламных бюджетов
- на 22 п.п. сократилась доля опрошенных, указавших на переносы / отмену тендеров, либо на правки или отмену контрактов

## 5. Как можно описать ситуацию и изменения в запросах Ваших партнеров в связи с завершением периода самоизоляции?

44% респондентов заявили о возвращении отложенных/перенесенных бюджетов



- 30% - отметили появление новых бюджетов
- 30% - запрос на новые таргетинги, форматы
- 21% - заявили, что рост рекламных бюджетов в период после самоизоляции превышает плановый

## 6. Каким образом выход из самоизоляции повлиял на режим Вашей работы?

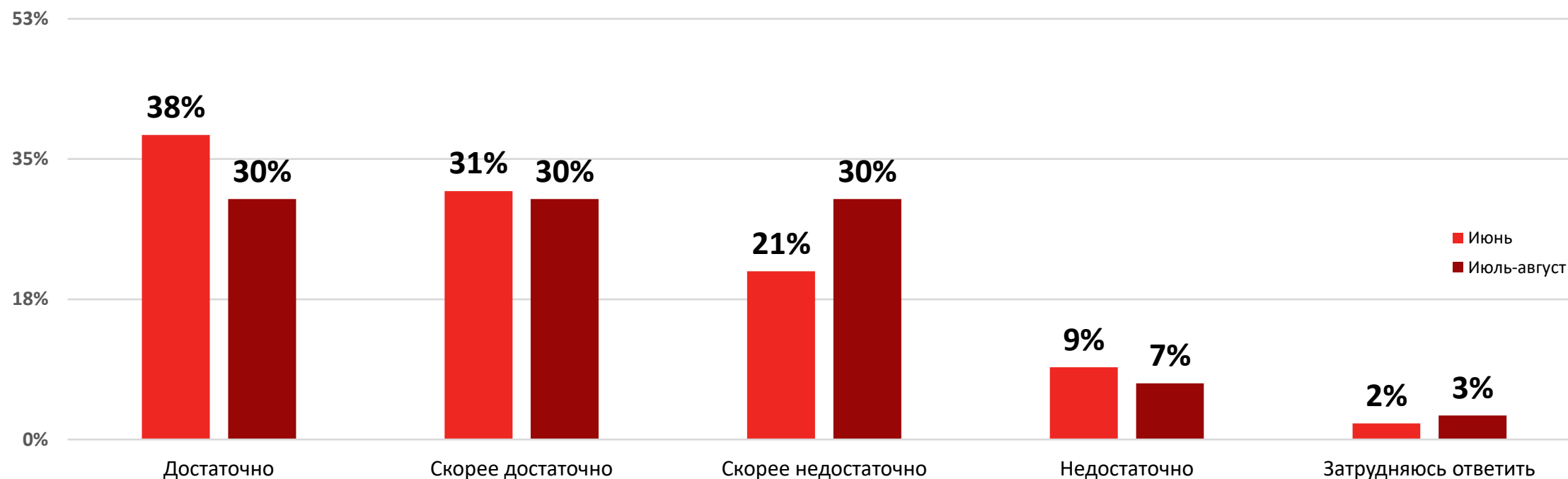
41% респондентов заявили, что часть сотрудников вернулась на работу в офис



11% респондентов заявили, что все сотрудники вернулись на работу в офис

## 7. Достаточно ли у Вас информации о текущей ситуации с пандемией для принятия решений о возвращении работы компании офлайн?

60% респондентов заявили, что им достаточно (30%) или скорее достаточно (30%) информации  
Этот показатель снизился на 9 п.п. по сравнению с июнем (данными 4 волны)

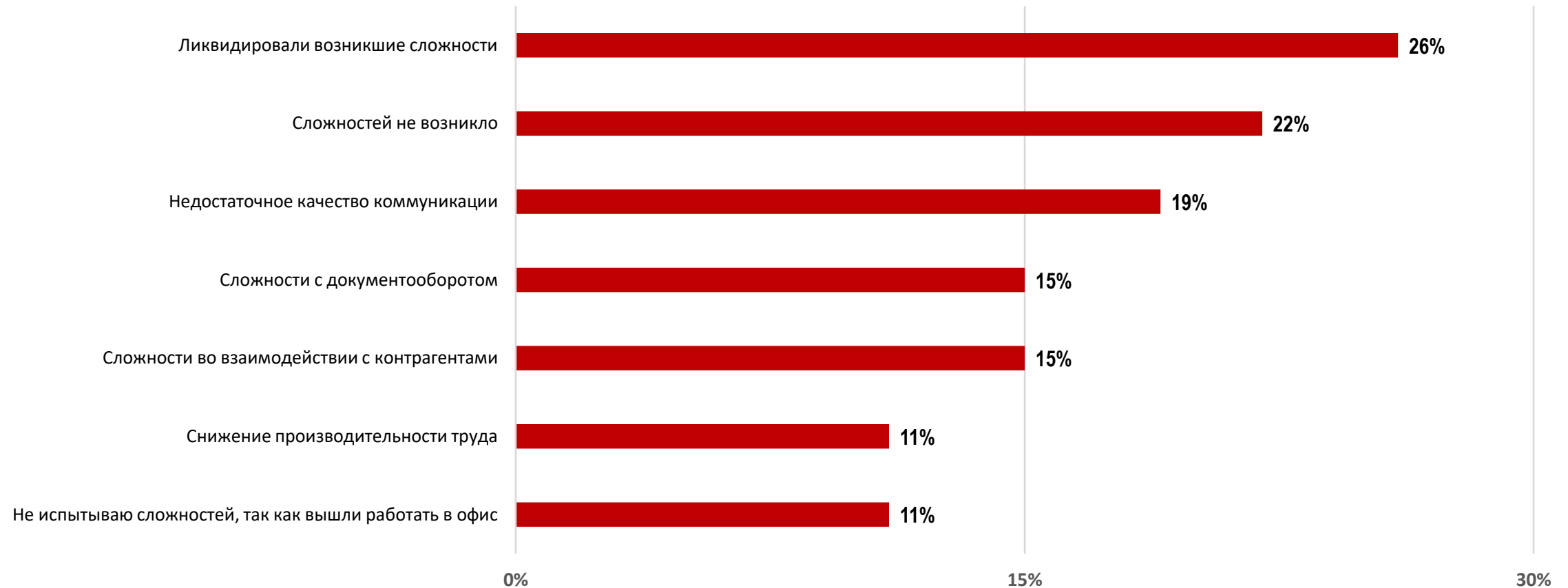


7% респондентов заявили, что им недостаточно информации о текущей ситуации с пандемией



## 8. Какие сложности Вы и Ваши сотрудники испытываете в настоящее время из-за удалённой формы работы?

Наибольшей оказалась доля респондентов (26%), указавших в июле-августе (5 волна), что сложности, возникшие по причине перехода на удалённый режим работы, ликвидированы



## 8. Какие сложности Вы и Ваши сотрудники испытываете в настоящее время из-за удалённой формы работы?

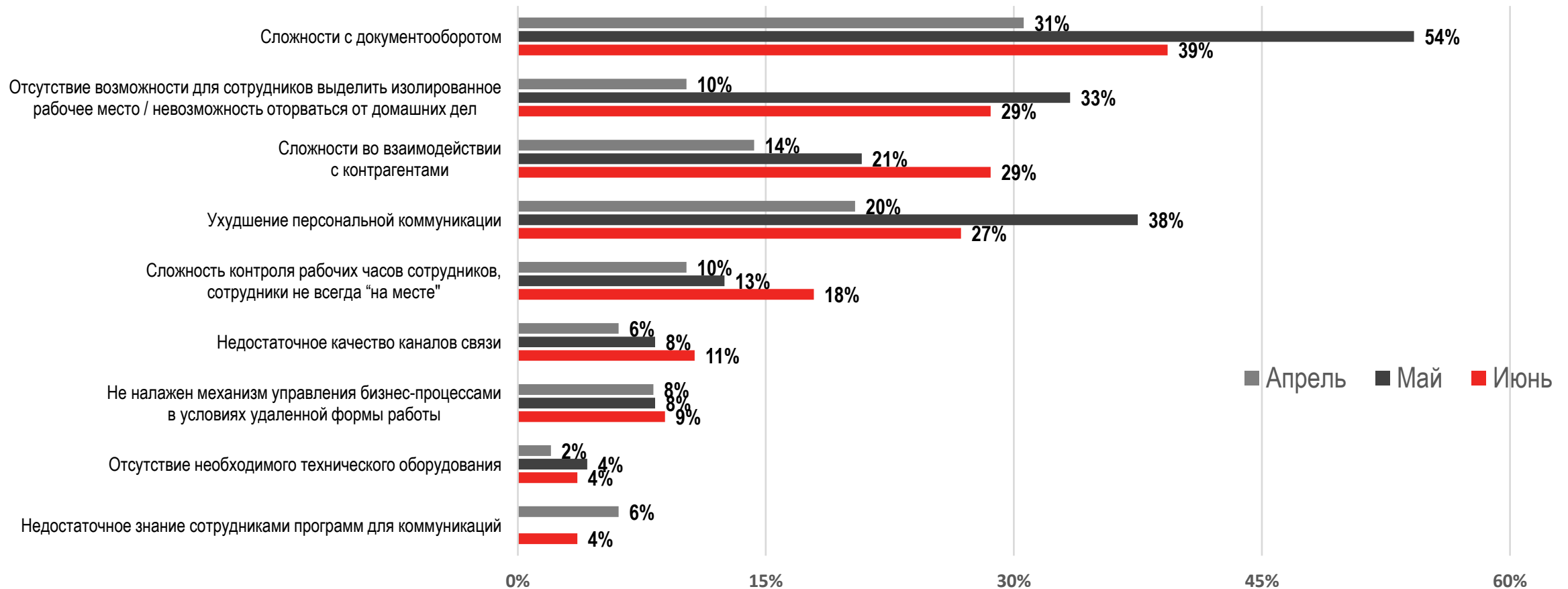
**11% отметили снижение производительности труда с переходом на удалённую форму работы**

- 22% опрошенных указывают на то, что с переходом на удаленную форму работы никаких сложностей в работе не возникло
- 19% респондентов считают, что ухудшилось качество коммуникации в процессе работы
- 15% - столкнулись с трудностями с документооборотом
- 15% - с трудностями во взаимодействии с контрагентами

## 8. Какие сложности Вы и Ваши сотрудники испытываете в настоящее время из-за удалённой формы работы?

18% отметили сложность контроля рабочих часов.

Этот показатель увеличился с 10% в апреле до 18% в июне



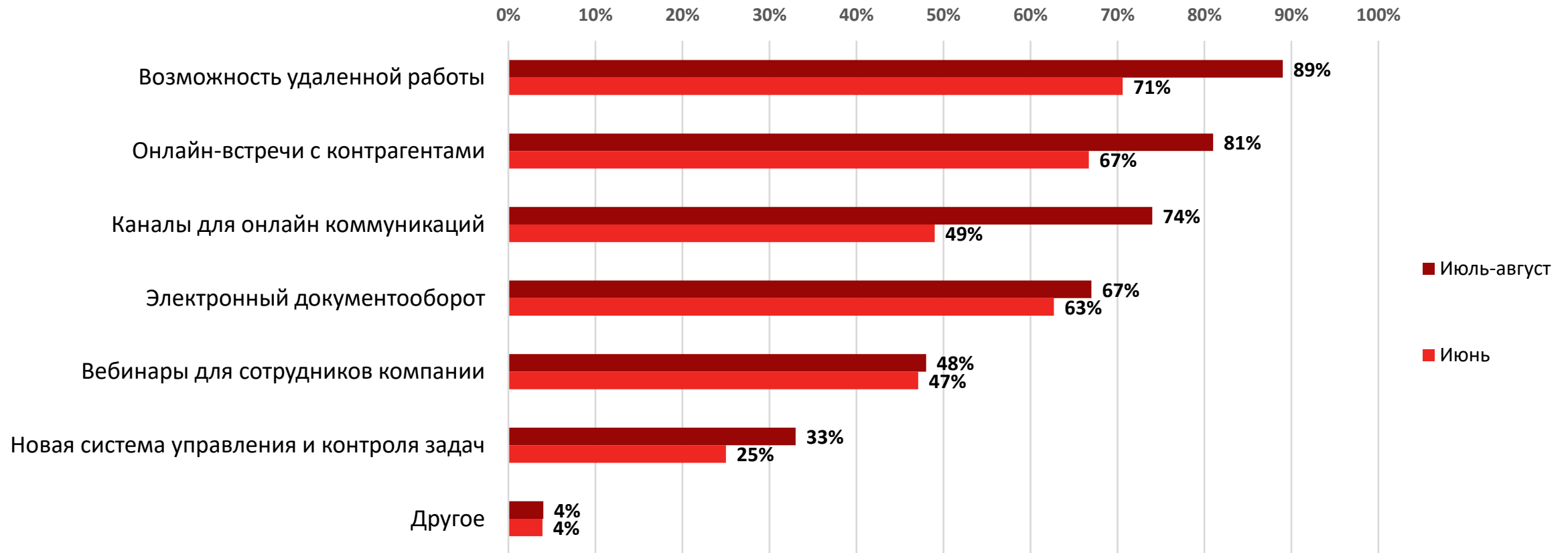
## 8. Какие сложности Вы и Ваши сотрудники испытываете в настоящее время из-за удалённой формы работы?

**11% респондентов указали на плохое качество каналов связи.  
Этот показатель вырос почти в 2 раза по сравнению с апрелем**

- 39% испытывают сложности с документооборотом из-за удалённой формы работы
- 27% указывают, что с переходом «на удалёнку» ухудшилась персональная коммуникация
- 29% респондентов испытывают сложности во взаимодействии с контрагентами
- 29% испытывают сложности с возможностью выделения изолированного рабочего места

## 9. Какие из положительных бизнес-практик периода самоизоляции Вы планируете сохранить в дальнейшей деятельности компании?

89% респондентов заявили, что в дальнейшей деятельности планируют сохранить возможность удаленную форму работы



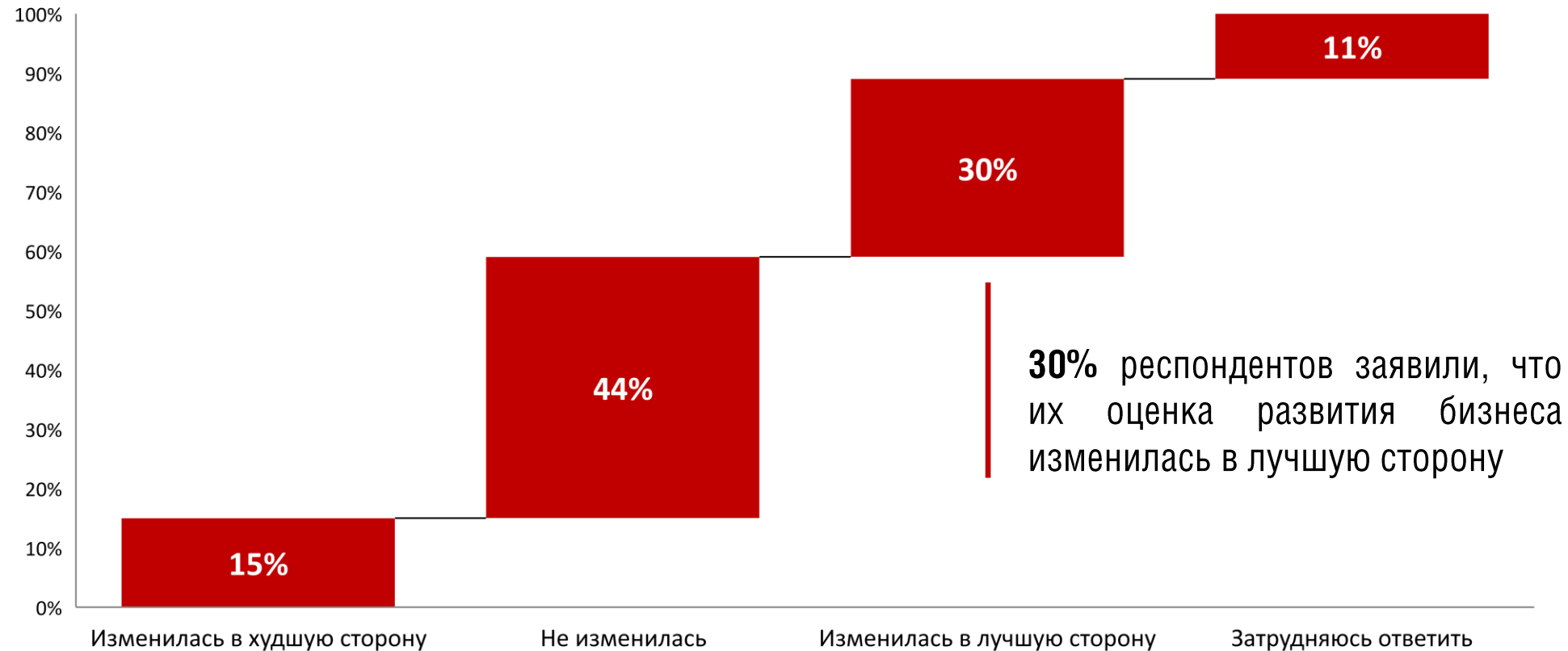
## 9. Какие из положительных бизнес-практик периода самоизоляции Вы планируете сохранить в дальнейшей деятельности компании?

**89% респондентов заявили, что в дальнейшей деятельности планируют сохранить возможность удаленную форму работы (рост на 18 п.п. по сравнению с июнем (4 волна))**

- 81% планируют продолжить встречи с контрагентами в режиме онлайн
- 74% участников исследования указали, что в дальнейшем продолжат использовать каналы онлайн коммуникации (рост на 25 п.п. по сравнению с июнем (4 волна))
- 67% - продолжают использовать электронный документооборот
- 48% - проводить вебинары для своих сотрудников

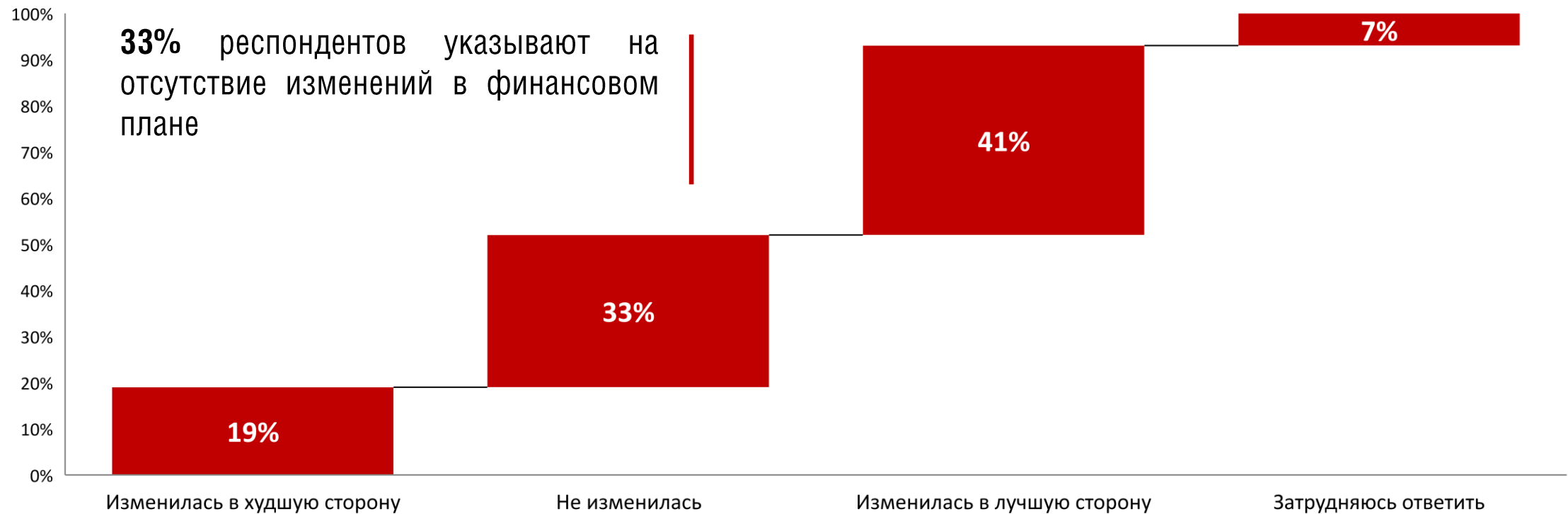
## 10. Как изменилась Ваша оценка ситуации с точки зрения развития Вашего бизнеса за последний месяц?

**44%** заявили, что их оценка ситуации по развитию бизнеса за последний месяц не изменилась



## 11. Если говорить о финансовом положении Вашей компании, как изменилась ситуация за последний месяц?

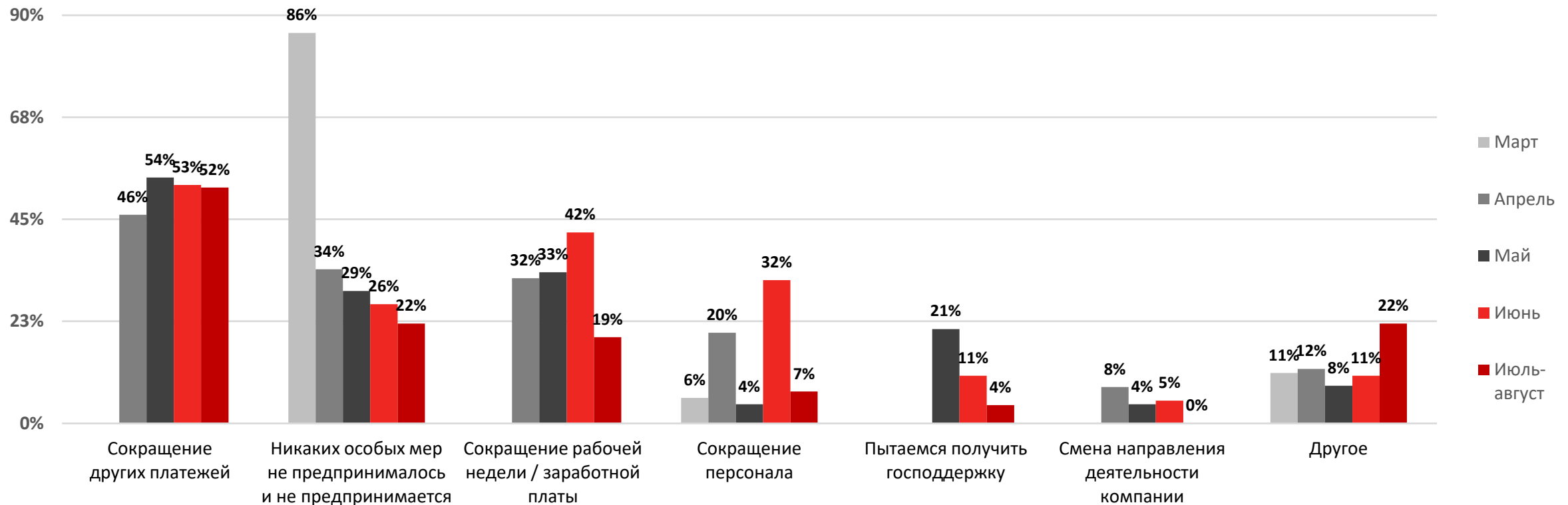
**41% респондентов заявили, что финансовое положение их компании улучшилось**





## 12. Какие меры для сохранения компании Вы предпринимали и продолжаете предпринимать?

**52% респондентов заявили, что для сохранения компании сокращают платежи, не относящиеся к заработной плате сотрудников. Эта доля относительно стабильна по всем волнам**



## 12. Какие меры для сохранения компании Вы предпринимали и продолжаете предпринимать?

**19% уменьшают заработную плату и/или сокращают рабочую неделю.  
Этот показатель в июле-августе наименьший за весь период исследования**

- 22% не предпринимали ни каких мер. За пять волн исследования это наименьшая доля. Более того, начиная с первой волны, данный показатель последовательно снижался
- 7% сокращают персонал. Доля респондентов, указавших, что в их компании для сохранения положения на рынке сокращается персонал, упала на 25 п.п. по сравнению с июнем. Данный показатель резко возрос в апреле по данным второй волны (с 6% до 20%). Далее продолжил рост в июне, достигнув 32%
- 4% пытаются получить господдержку
- Возросла доля опрошенных, предложивших свой вариант ответа:

Свои варианты ответов:	
Мы стараемся актуализировать наш продукт	Взяли займ на поддержку «оборотки», но при этом набираем сотрудников
Нанимаем новых сотрудников (но мы сократили расходы на офис с апреля 2020)	Оптимизация распределения ресурсов
Новые продукты и агрессивные продажи	Оптимизация планов и перераспределение ресурсов компании

# Методология и статистика



# МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

**Цель: Провести оценку влияния коронавируса на рынок интерактивной рекламы РФ**

Исследование проведено методом CAWI с использованием лицензионного программного обеспечения SurveyGizmo. Анкета подготовлена и запрограммирована в ИЦ IAB Russia/AKAP/PAMU. Ссылка на заполнение электронной анкеты разослана по электронной почте членам Ассоциации IAB Russia. Данные собраны, обработаны и презентованы ИЦ IAB Russia/AKAP/PAMU.

№	Этапы работ	март 2020 1 волна	апрель 2020 2 волна	май 2020 3 волна	июнь 2020 4 волна	Июль-авг 2020 5 волна
1	Разработка и утверждение анкеты, программирование анкеты:	20-22	10-12	13-15	13-15	27-28
2	Распространение анкеты по членам IAB Russia:	23-24	13-22	18-25	18-22	29 июля-15 авг
3	Обработка и анализ полученных данных:	25	23-24	26	4 июля	4 сентября
4	Подготовка отчета:	26	27	27-28	8-9 июля	9 сентября

# СТАТИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

В исследовании приняло участие 236 компаний – членов IAB Russia



## 171

ПОЛНОСТЬЮ ЗАПОЛНИВШИХ АНКЕТЫ



## 65

ЧАСТИЧНО ЗАПОЛНИВШИХ АНКЕТЫ



## 236

ВСЕГО ЗАПОЛНИВШИХ АНКЕТЫ

Волна	Рассылка	Получено анкет	Из них заполнено	
			Полностью	Частично
Первая	Март	43	34	9
Вторая	Апрель	65	38	27
Третья	Май	33	26	7
Четвертая	Июнь	54	46	8
Пятая	Июл-авг	41	27	14
ИТОГО:		236	171	65

# Контакты

## **РУКОВОДИТЕЛЬ ИЦ IAB RUSSIA/АКАР/РАМУ**

Николай Васильев

[nv@akarussia.ru](mailto:nv@akarussia.ru)



## **МЕНЕДЖЕР IAB RUSSIA**

Софья Соболевская

[svs@iabrus.ru](mailto:svs@iabrus.ru)

## **РУКОВОДИТЕЛЬ PR-ОТДЕЛА**

Марина Чурсинова

[pr@akarussia.ru](mailto:pr@akarussia.ru)