

Исследование стоимости креативных услуг 2021

Исследовательский Центр АКАР / РАМУ / IAB Russia
Январь 2022

АКАР

АССОЦИАЦИЯ
КОММУНИКАЦИОННЫХ
АГЕНТСТВ РОССИИ

Методология исследования

Цель: Провести оценку стоимости определенных креативных услуг в индустрии рекламы РФ по заказу АКАР.

Методология: Электронное анкетирование агентств - членов АКАР методом CAWI с использованием лицензионного программного обеспечения Alchemer. Данные собраны, обработаны и презентованы Исследовательским Центром Ассоциации коммуникационных агентств России (ИЦ АКАР/РАМУ/IAB Russia).

Методология исследования построена методом экспертного подбора креативных агентств Комитетом Креативных агентств АКАР. В выборке принимают участие агентства, которые на сегодняшний момент Комитет Креативных агентств считает полноценными для участия в исследовании.

Выборка: 31 агентство российского рынка креативных коммуникаций: 15 сетевых, 16 независимых.

Тайминг исследования:

Разработка и утверждение анкеты, программирование анкеты: 9-29 августа 2021

Распространение анкеты по агентствам – членам АКАР: 1 сентября – 16 декабря 2021

Обработка и анализ полученных данных: 17 декабря – 28 декабря 2021

Подготовка отчета: 29 декабря 2021 – 14 января 2021

Глоссарий. Стратегические продукты

- **Позиционирование/креативная платформа бренда** – анализ ЦА, коммуникаций конкурентов, трендов. Формирование смысловой системы, описывающей бренд как логическую систему: суть бренда, обещание бренда, ценности, атрибуты, характер бренда, потребительский инсайт;
- **Коммуникационная стратегия** – декомпозиция основного сообщения бренда, заложенного в платформе, на систему тактических сообщений, адаптированных для различных маркетинговых активностей, каналов коммуникаций и форматов. Разрабатывается на основе утвержденного позиционирования и плана маркетинга.

Глоссарий. Креативные продукты

- **Big Idea / Креативная стратегия бренда** – Анализ коммуникаций конкурентов, целевой аудитории. Формулировка идеи, способной разворачиваться на различные маркетинговые активности и решающей различные стратегические коммуникационные задачи бренда на заданный период времени. Адаптация идеи на уровне синопсисов видео/аудио-форматов, текстового описания key visual, mood board и лайнов для различных маркетинговых активностей без проработки конкретных экзекюшенов.
- **Минимальный креативный продукт. Идея тактической рекламной кампании с адаптацией на 1 формат: видео** – Тактическая РК -это кампания, решающая одну конкретную маркетинговую задачу. Состав работ: описание и обоснование креативной идеи, формулировка лайна рекламной кампании, адаптация идеи на сценарий видеоролика. Стоимость разработки не зависит от того, где видео будет показываться - на ТВ или в digital.

Глоссарий. Креативные продукты

- **Стандартный креативный продукт. Идея тактической рекламной кампании с адаптацией на 2 формата: видео и KV** – разрабатывается еще одна адаптация креативной идеи - эскиз key visual. Показывается на примере одного из форматов - эскиза интернет баннера, эскиза ООН, эскиза макета в прессу. В стоимость не входит подготовка готовых мастер макетов и ресайзы разных форматов.
- **Расширенный креативный продукт. Идея тактической рекламной кампании с адаптацией на 3 формата: видео, KV и спецпроект** – разрабатывается еще одна адаптация креативной идеи - спецпроект. Состав работ: описание механик и сценариев взаимодействия бренда с целевой аудиторией без проработки конкретных экзекюшенов.
- **Средняя стоимость участия в креативном тендере** – разработка креативной идеи согласно брифу без передачи прав. Рекомендации АКАР - показывать адаптацию идеи на 2 носителя/формата в рамках тендера. Это в достаточной степени раскрывает идею. Все остальные адаптации рекомендовано разрабатывать уже после тендера с агентством-победителем.

Основные выводы

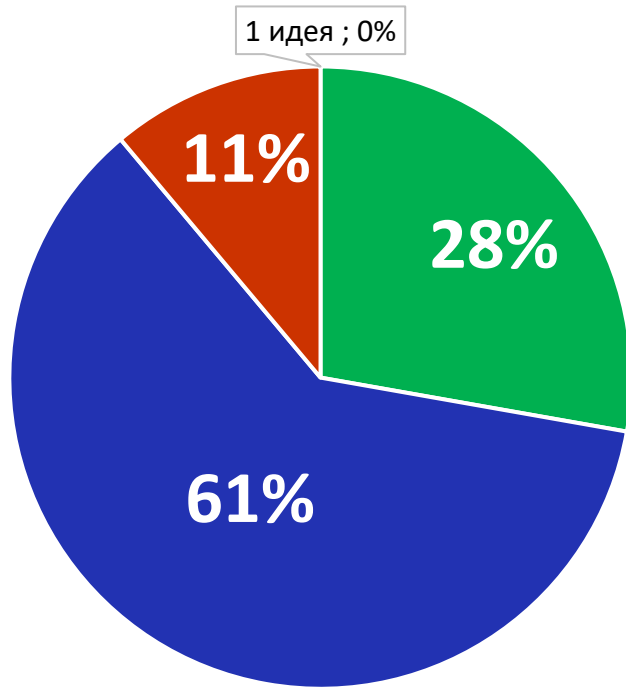
- Так как в 2021 году изменился опросник и, соответственно, суть и наполненность большинства оцениваемого состава работ, прямое сравнение результатов этого года с результатами прошлого не представляется возможным;
- Тем не менее, можно констатировать: разница в средней стоимости сетевых и независимых агентств несколько сократилась, что может означать, что в среднем независимые агентства подтянулись по стоимости к уровню сетевых;
- Однако разница в стоимости среди отдельных сетевых и независимых агентств все еще весьма значительна, что позволяет делать вывод: как независимые, так и сетевые агентства представлены в двух или трех ценовых категориях, в зависимости от оцениваемого состава работ.

Общее сравнение стоимости креативных услуг 2021

Независимые агентства	Позиционирование / Креативная платформа бренда	Коммуникационная стратегия	Big Idea / Креативная стратегия бренда	Тактическая рекламная кампания с адаптацией на 1 формат: видео	Тактическая рекламная кампания с адаптацией на 2 формата: видео и KV	Тактическая рекламная кампания с адаптацией на 3 формата: видео, KV и спецпроект	Креативный тендер
Среднее минимальное	1 034 375 ₽	805 000 ₽	1 226 250 ₽	860 000 ₽	1 054 375 ₽	1 316 875 ₽	259 091 ₽
Среднее значение	1 672 000 ₽	1 266 875 ₽	1 636 667 ₽	1 202 500 ₽	1 422 500 ₽	1 730 625 ₽	350 000 ₽
Среднее максимальное	2 287 500 ₽	1 925 000 ₽	3 190 625 ₽	1 633 125 ₽	1 875 000 ₽	2 273 125 ₽	710 714 ₽
Сетевые агентства	Позиционирование / Креативная платформа бренда	Коммуникационная стратегия	Big Idea / Креативная стратегия бренда	Тактическая рекламная кампания с адаптацией на 1 формат: видео	Тактическая рекламная кампания с адаптацией на 2 формата: видео и KV	Тактическая рекламная кампания с адаптацией на 3 формата: видео, KV и спецпроект	Креативный тендер
Среднее минимальное	1 218 000 ₽	1 030 000 ₽	1 661 333 ₽	1 172 000 ₽	1 553 333 ₽	1 990 000 ₽	338 571 ₽
Среднее значение	1 766 000 ₽	1 494 667 ₽	2 156 667 ₽	1 503 333 ₽	1 904 667 ₽	2 636 667 ₽	491 333 ₽
Среднее максимальное	2 606 667 ₽	2 045 333 ₽	2 685 333 ₽	1 845 333 ₽	2 266 667 ₽	3 306 667 ₽	686 667 ₽

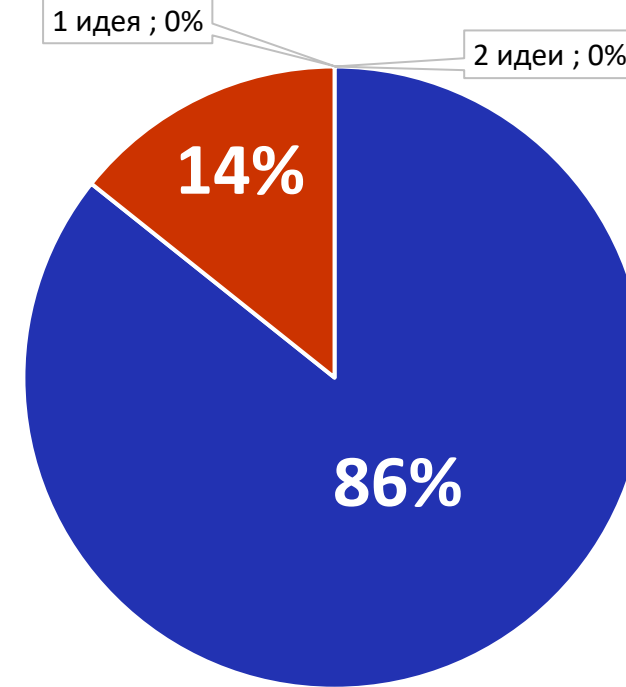
Среднее количество вариантов креативной идеи, презентуемых клиенту

Независимые агентства



- 1 идея
- 2 идеи
- 3 идеи
- 4 идеи

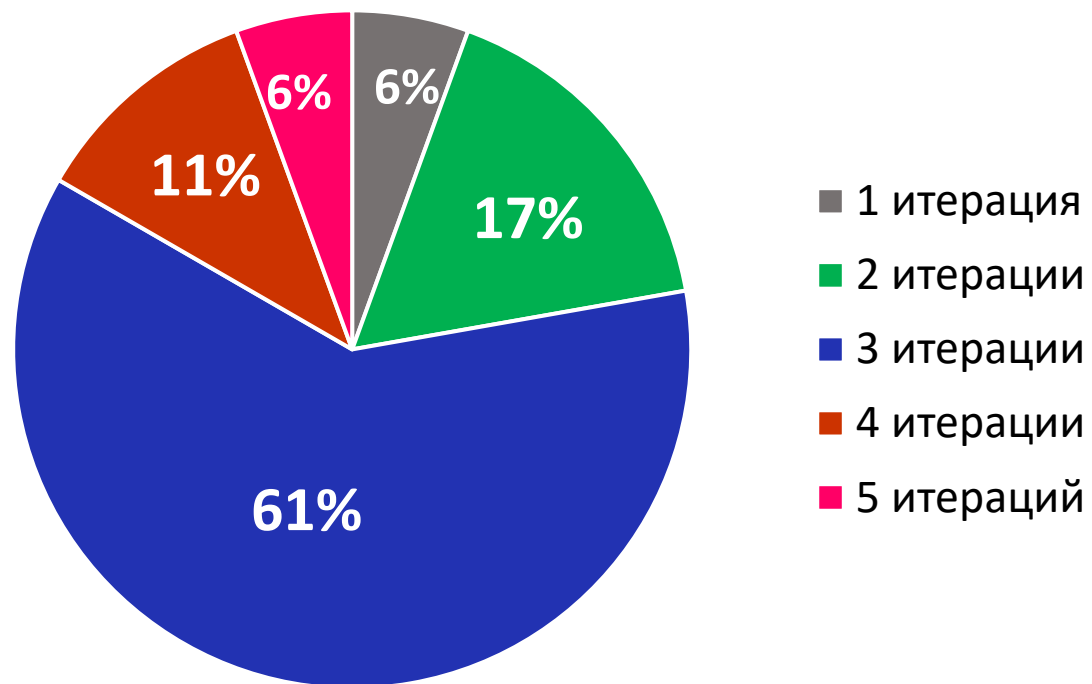
Сетевые агентства



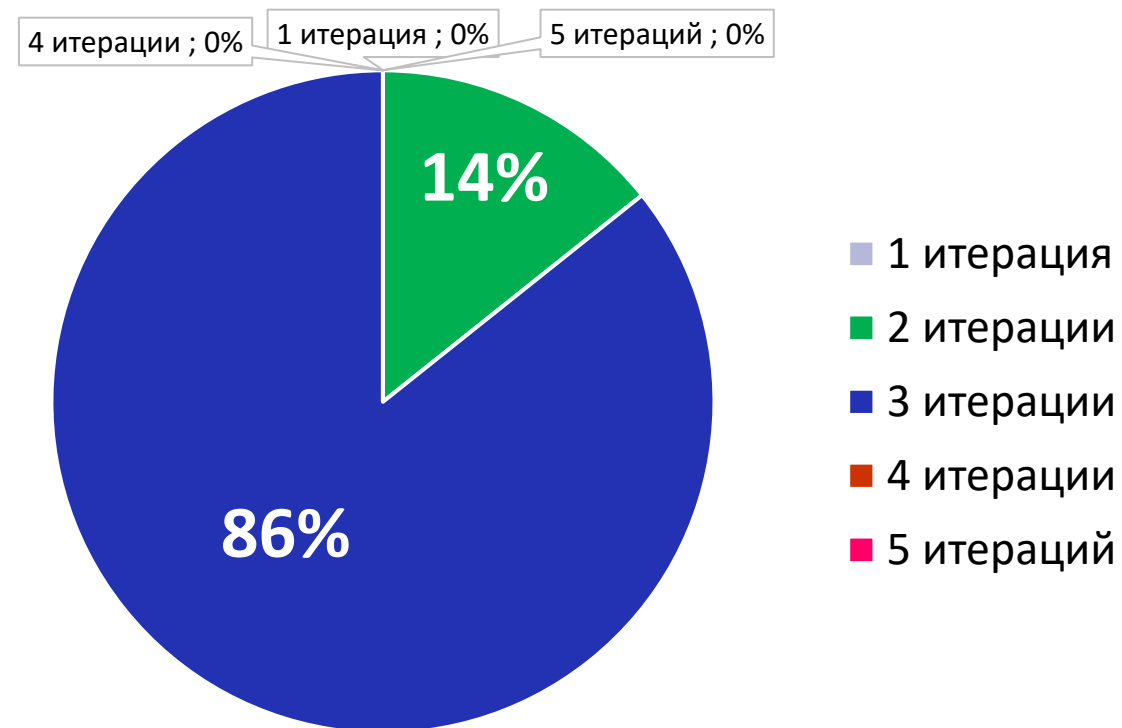
- 1 идея
- 2 идеи
- 3 идеи
- 4 идеи

Среднее количество итераций / доработок креативной идеи (для проектов вне тендера)

Независимые агентства

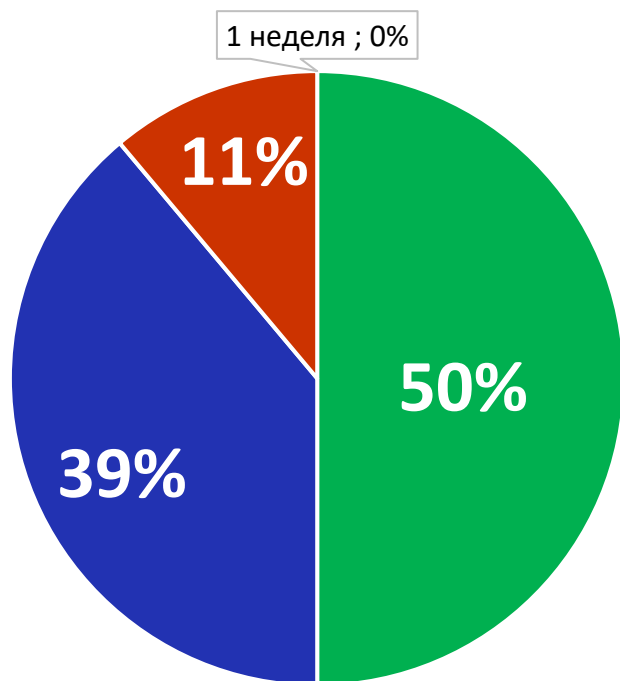


Сетевые агентства



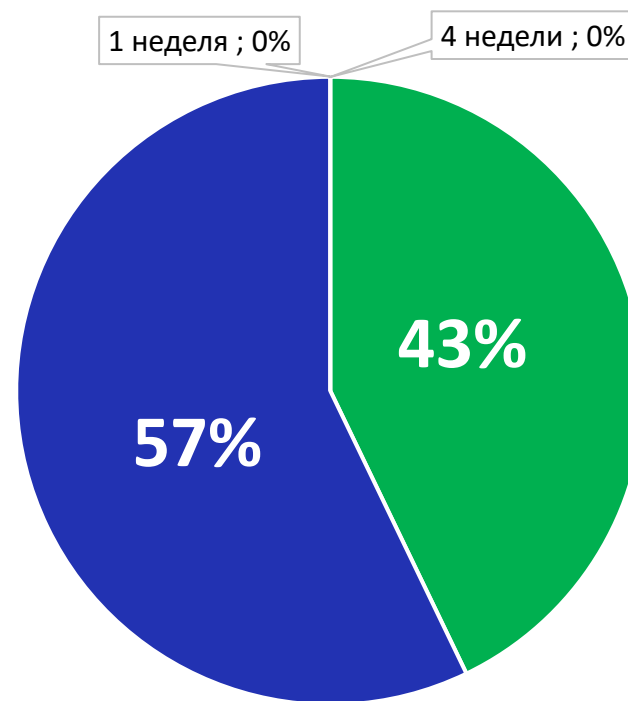
Средний срок разработки креативной идеи 2021

Независимые агентства



- 1 неделя
- 2 недели
- 3 недели
- 4 недели

Сетевые агентства



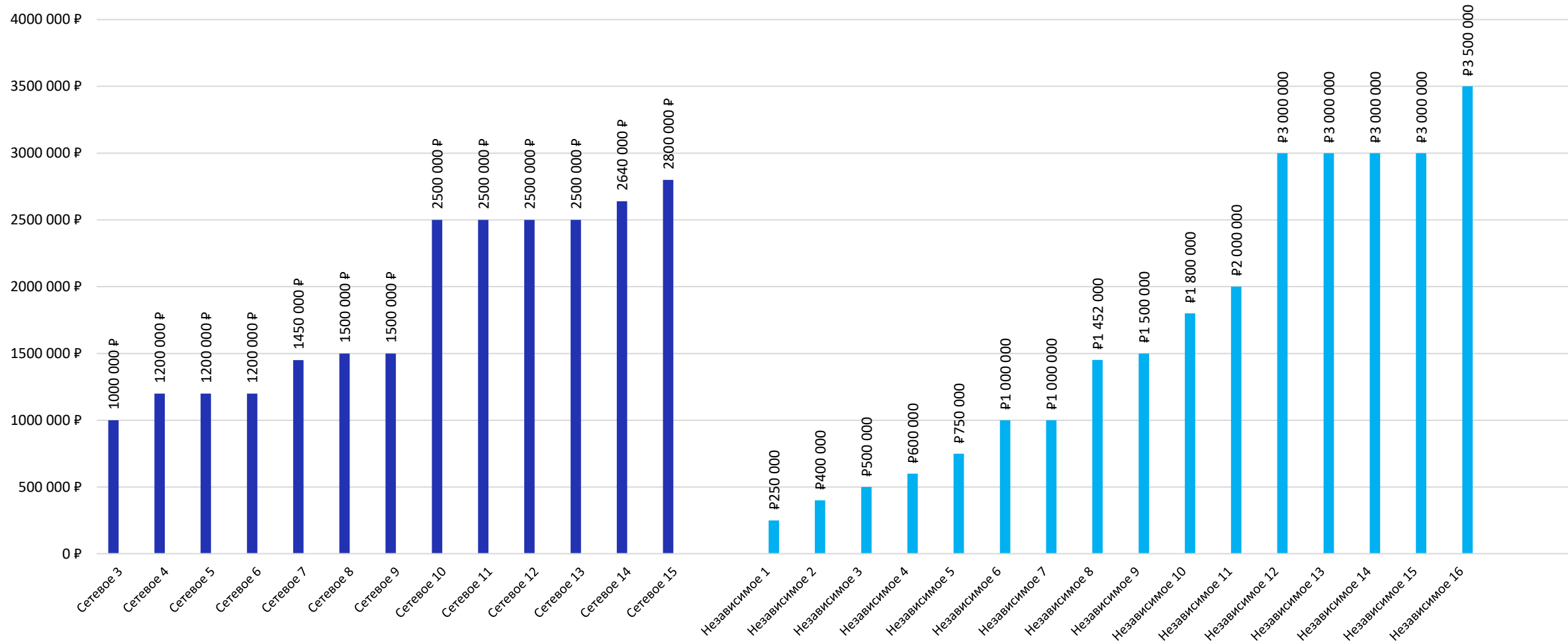
- 1 неделя
- 2 недели
- 3 недели
- 4 недели

Распределение стоимости креативных услуг

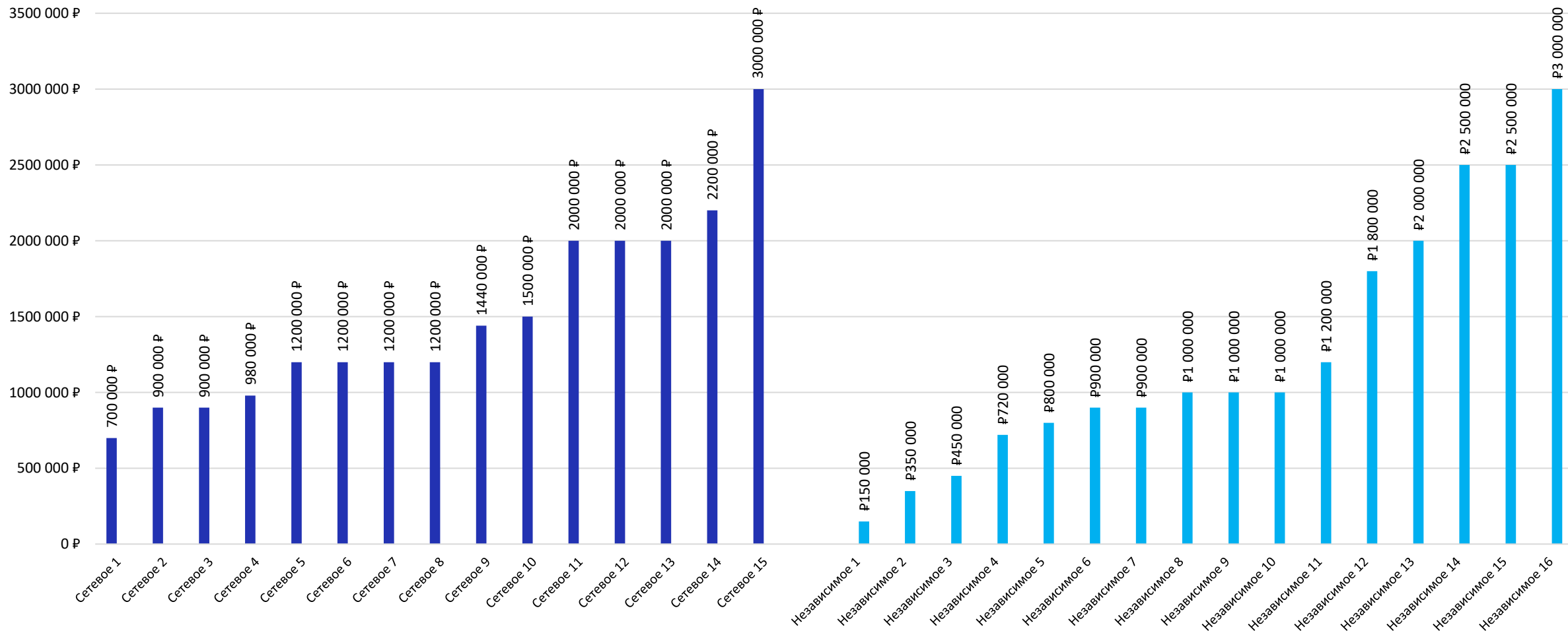
Комментарии к последующим слайдам

- Разброс стоимости каждой из представленных креативных услуг получился весьма существенным, поэтому было принято решение показать не только средние значения, но и распределение по всей выборке. Это более объективно показывает ситуацию на рынке;
- В связи с большим разбросом стоимости АКАР рекомендует рекламодателям при соответствующих запросах внимательно относиться к составу работ, а также методологии по которой разрабатывается тот или иной продукт.

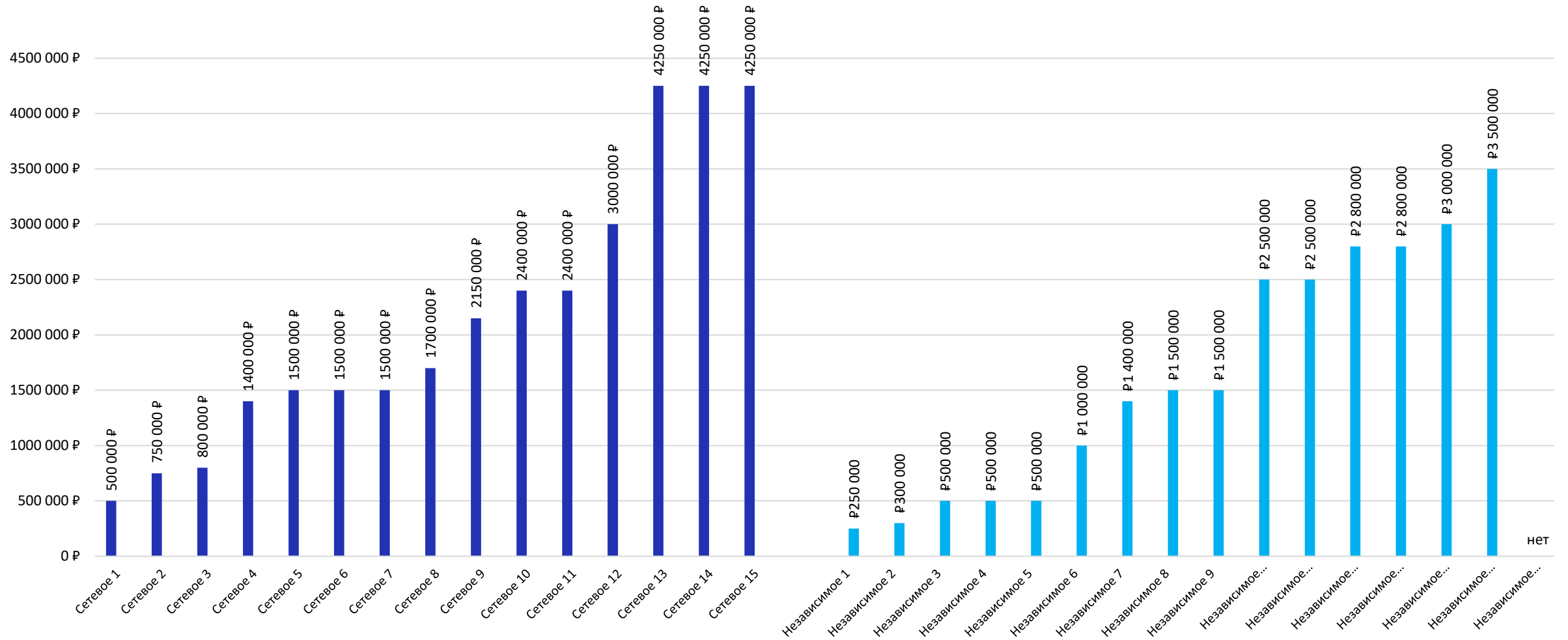
ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ / КРЕАТИВНАЯ ПЛАТФОРМА БРЕНДА



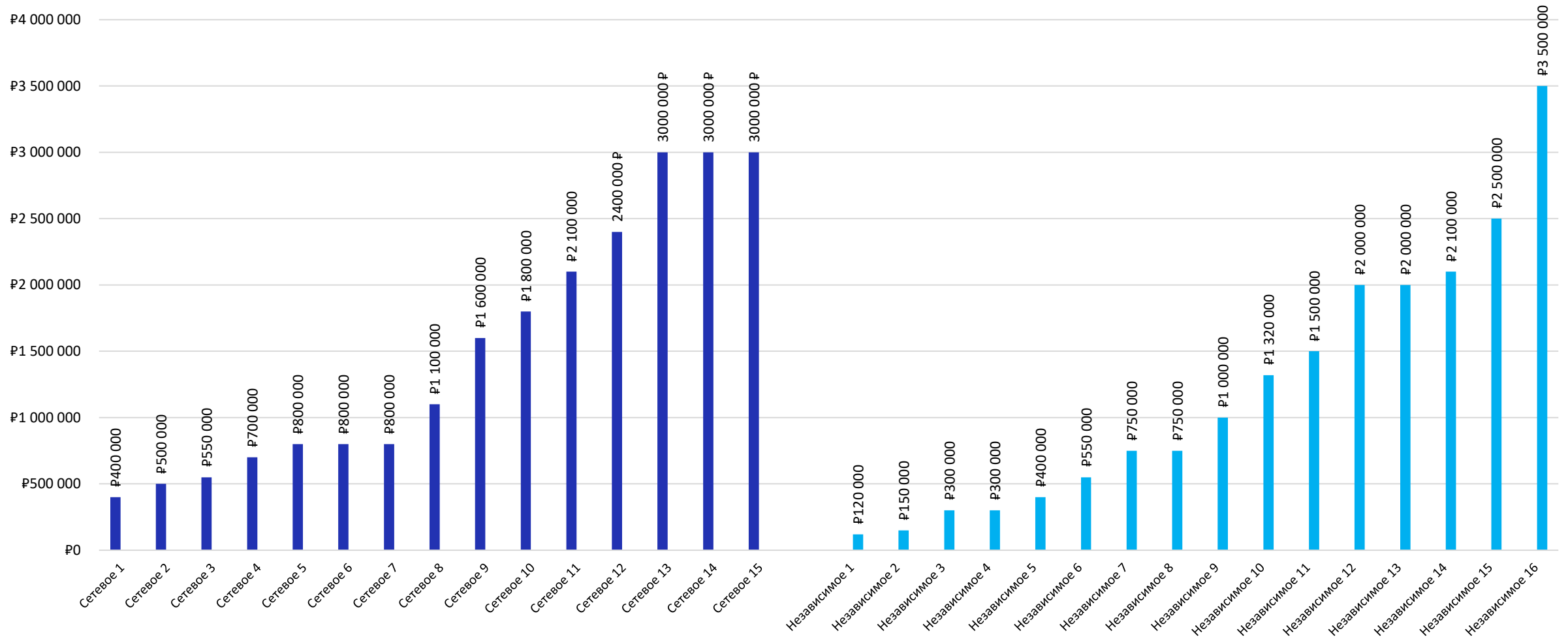
КОММУНИКАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ



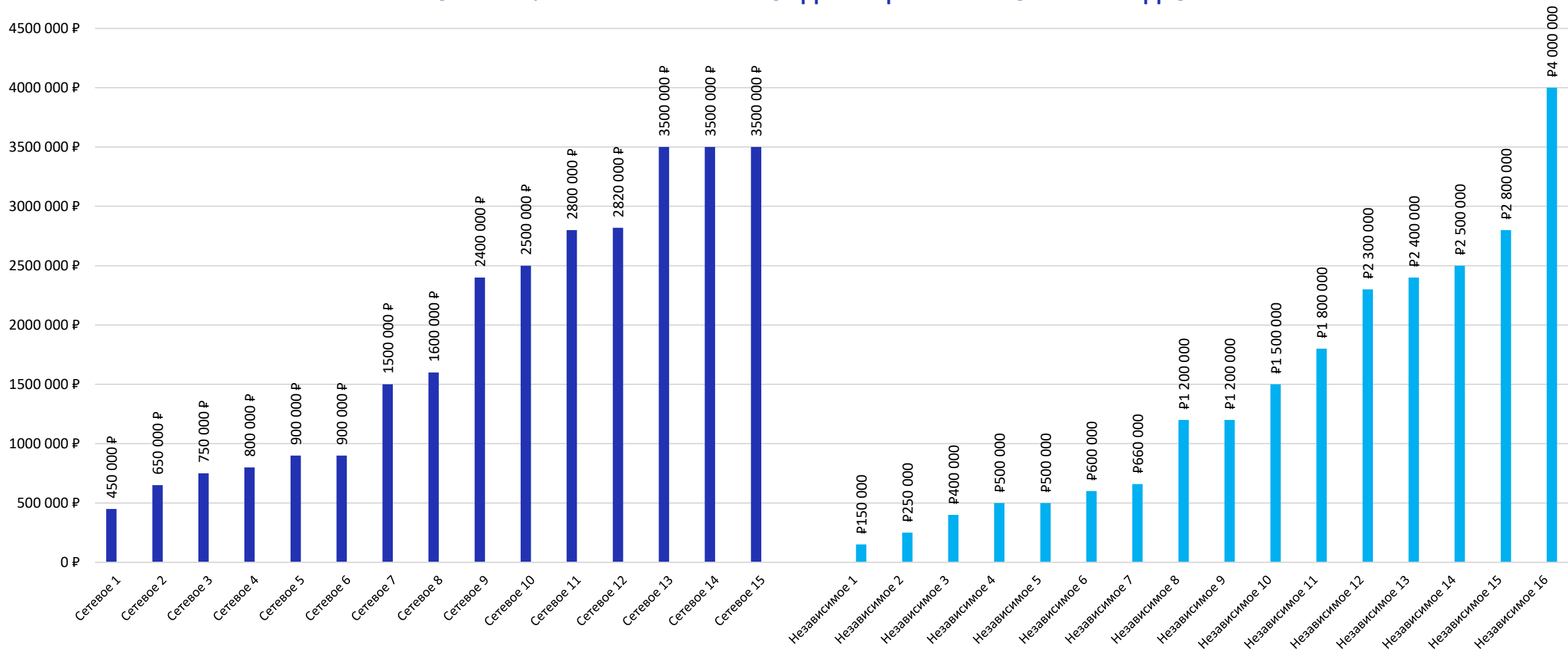
BIG IDEA / КРЕАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ БРЕНДА



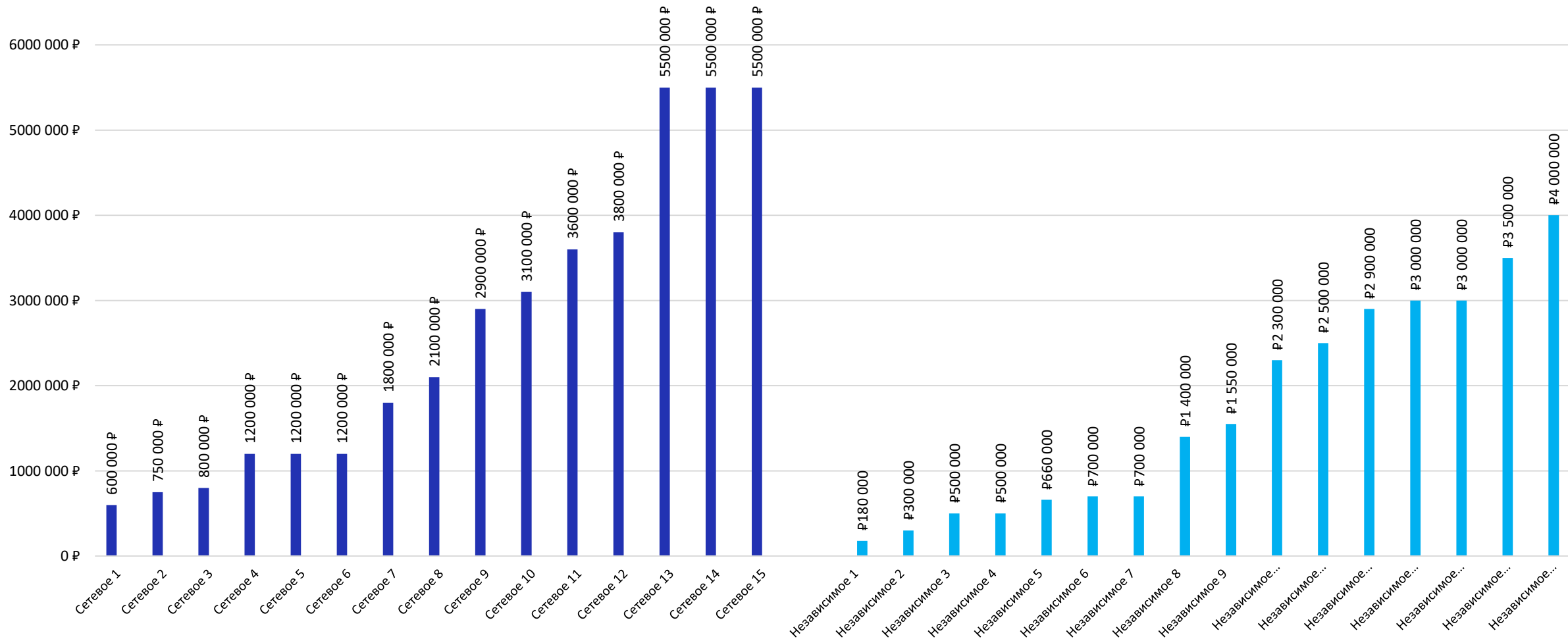
ТАКТИЧЕСКАЯ РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ С АДАПТАЦИЕЙ НА 1 ФОРМАТ: ВИДЕО



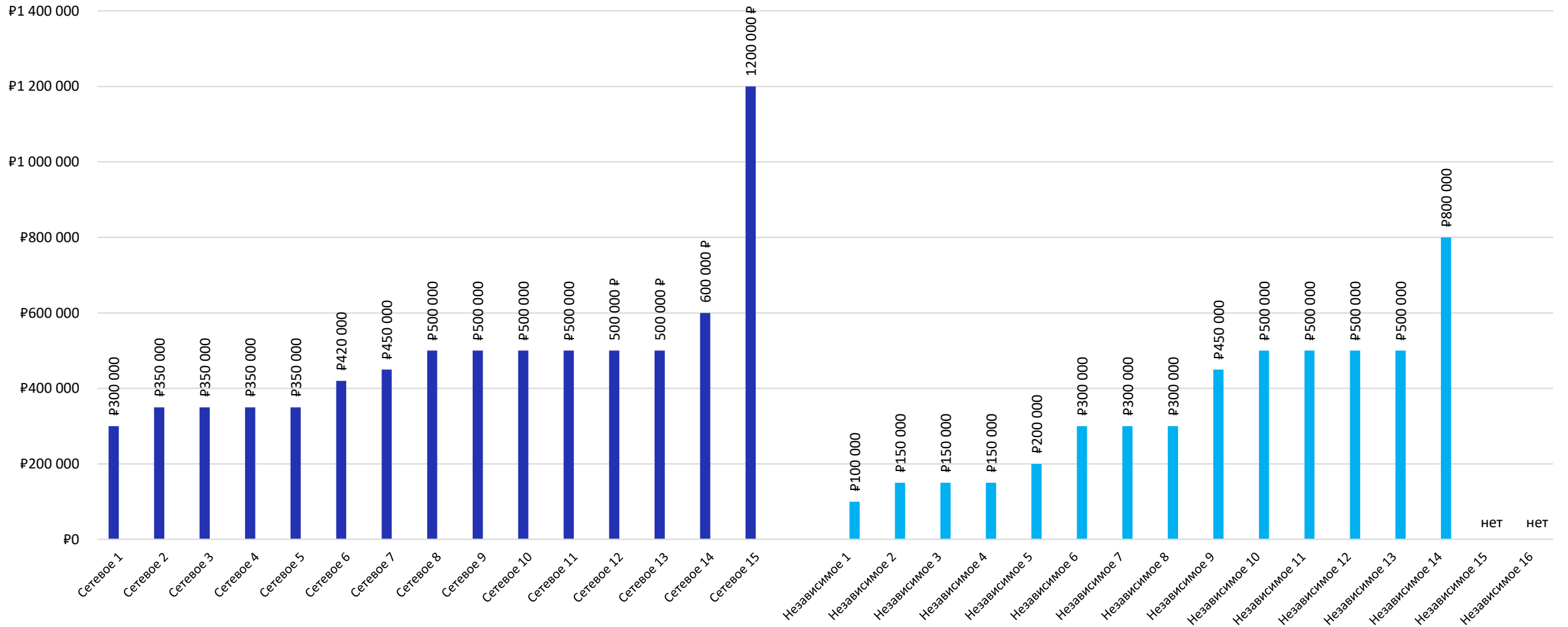
ТАКТИЧЕСКАЯ РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ С АДАПТАЦИЕЙ НА 2 ФОРМАТА: ВИДЕО И KV



ТАКТИЧЕСКАЯ РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИИ С АДАПТАЦИЕЙ НА 3 ФОРМАТА: ВИДЕО, KV И СПЕЦПРОЕКТ



КРЕАТИВНЫЙ ТЕНДЕР



КОНТАКТЫ

AKARUSSIA.RU

[YOUTUBE](https://www.youtube.com/)

[FACEBOOK](https://www.facebook.com/)

**РУКОВОДИТЕЛЬ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО ЦЕНТРА АКАР/IAВ
RUSSIA/РАМУ**

Николай Васильев

nv@akarussia.ru

ПРОЕКТНЫЙ МЕНЕДЖЕР АКАР

Андрей Иванушко

iva@akarussia.ru

**МЕНЕДЖЕР ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО ЦЕНТРА АКАР/IAВ
RUSSIA/РАМУ**

Никита Баркевич

n.barkevich@akarussia.ru

РУКОВОДИТЕЛЬ PR ОТДЕЛА

Марина Чурсинова

pr@akarussia.ru