

**Исследование
стоимости
креативных услуг
Регионы 2023**

Исследовательский Центр АКАР / АРИР / РАМУ
Москва
Ноябрь 2023

30 лет
АКАР

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

Агентства, принявшие участие в исследовании, чаще всего оказывают следующие креативные услуги:

- Разработка фирменного стиля (64% опрошенных);
- Позиционирование / креативная платформа бренда (61% опрошенных);
- Разработка логотипа (61% опрошенных);

Рост стоимости креативных услуг в 2023 году по сравнению с 2022 годом по всем услугам в среднем составил 42%, наиболее значительно выросла средняя стоимость следующих услуг:

- Средняя стоимость разработки фирменного стиля в 2023 году выросла на 62% по сравнению со стоимостью 2022 года;
- Средняя стоимость упаковки / этикетки в 2023 выросла на 55%;
- Средняя стоимость креативной концепция рекламной кампании с адаптацией на 3 формата: видео, KV и спецпроект выросла в 2023 году на 54%;

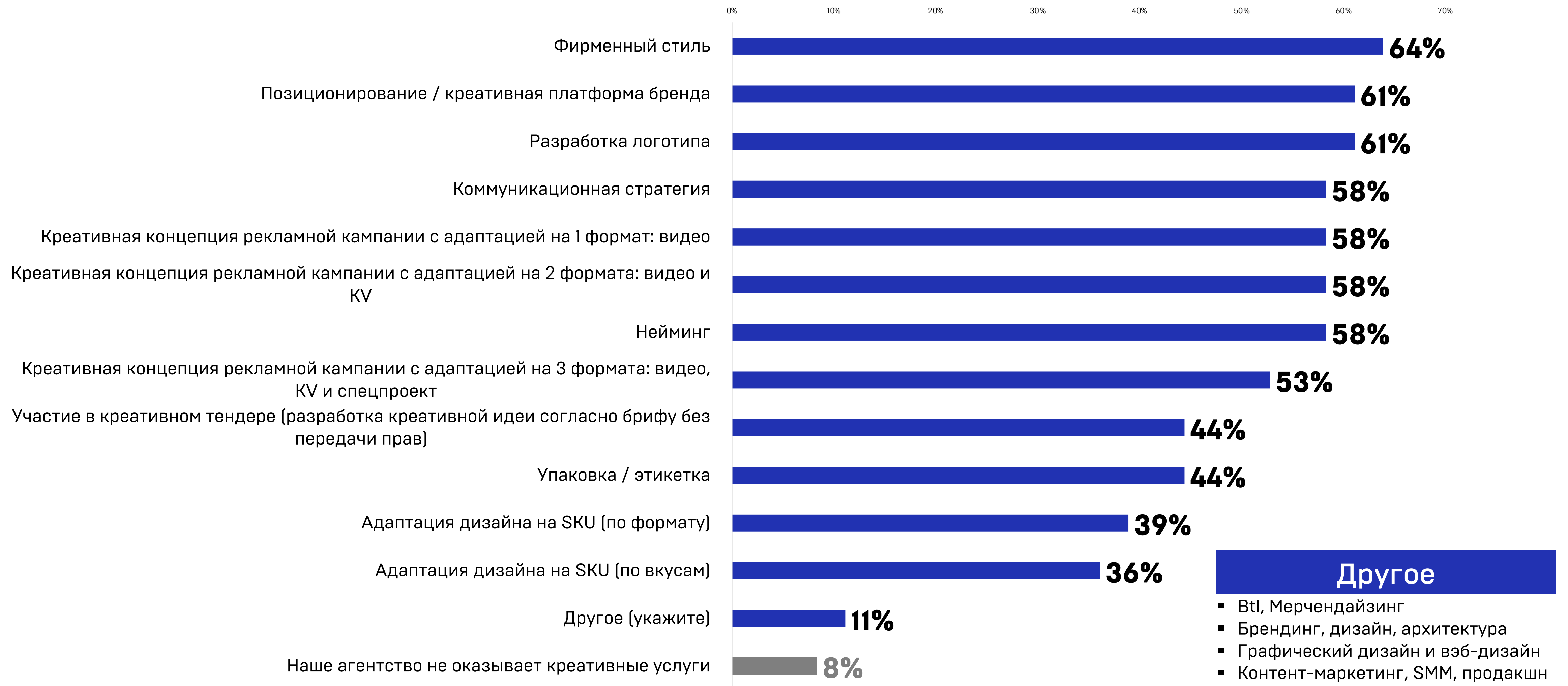
Средняя стоимость разработки логотипа в 2023 году выросла на 54%;

- Менее всего выросла средняя стоимость креативной концепция рекламной кампании с адаптацией на 2 формата: видео и KV (на 9%), позиционирования / креативной платформы бренда (9%).

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

- 63% опрошенных региональных креативных агентств в среднем презентуют клиентам три варианта креативной идеи;
- 57% участников исследования в среднем 2 раза дорабатывают креативную идею;
- 39% - дорабатывают креативную идею в среднем три раза;
- 38% региональных агентств ответили, что в среднем разрабатывают креативную идею 2 недели;
- 46% опрошенных в среднем презентуют клиентам 5 вариантов наименований;
- 55% участников исследования в среднем 2 раза дорабатывают наименование для проектов вне тендера;
- 62% региональных агентств в среднем презентуют клиентам 3 варианта логотипа;
- 38% респондентов в среднем проводят 2 итерации / доработки логотипа для проектов вне тендера, такая же доля ответивших (38%) – 3 итерации;
- 67% участников исследования в среднем проводят 3 итерации / доработки дизайна упаковки / этикетки.

КРЕАТИВНЫЕ УСЛУГИ, ОКАЗЫВАЕМЫЕ РЕГИОНАЛЬНЫМИ АГЕНТСТВАМИ (МНОЖЕСТВЕННЫЙ ВЫБОР ОТВЕТОВ)

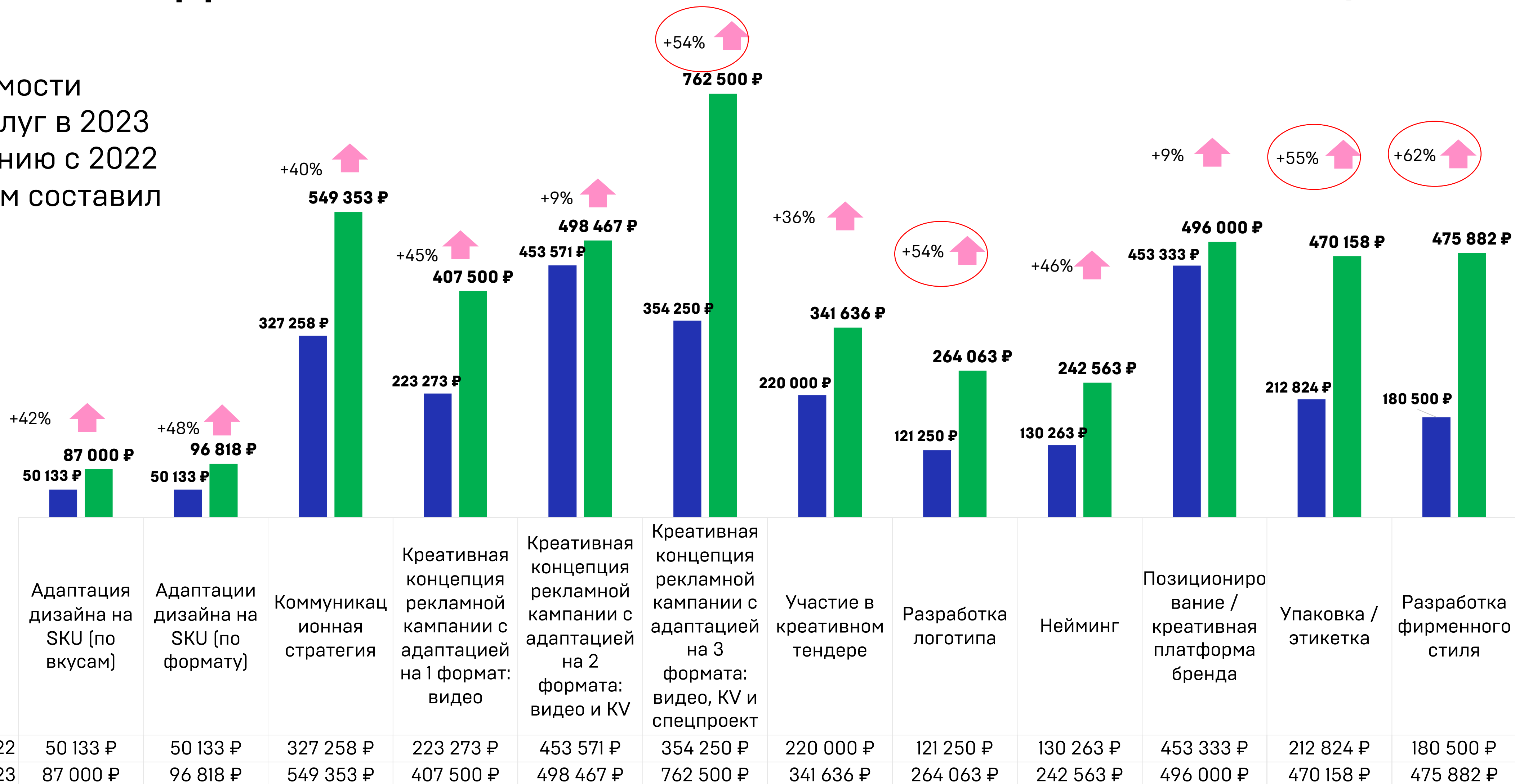


СРЕДНИЕ ЗНАЧЕНИЯ СТОИМОСТИ КРЕАТИВНЫХ УСЛУГ 2023



СРАВНЕНИЕ СРЕДНЕЙ СТОИМОСТИ КРЕАТИВНЫХ УСЛУГ 2022 / 2023

Рост стоимости
креативных услуг в 2023
году по сравнению с 2022
годом в среднем составил
42%



СРЕДНИЕ / МИНИМАЛЬНЫЕ / МАКСИМАЛЬНЫЕ ЗНАЧЕНИЯ СТОИМОСТИ КРЕАТИВНЫХ УСЛУГ 2023

	2023		
	Минимальная стоимость	Средняя стоимость	Максимальная стоимость
Позиционирование / креативная платформа бренда	358 059 ₽	496 000 ₽	792 529 ₽
Коммуникационная стратегия	393 529 ₽	549 353 ₽	744 059 ₽
Минимальный креативный продукт (креативная концепция рекламной кампании с адаптацией на 1 формат: видео)	318 071 ₽	407 500 ₽	587 500 ₽
Стандартный креативный продукт (креативная концепция рекламной кампании с адаптацией на 2 формата: видео и KV)	386 000 ₽	498 467 ₽	678 667 ₽
Расширенный креативный продукт (креативная концепция рекламной кампании с адаптацией на 3 формата: видео, KV и спецпроект)	579 167 ₽	762 500 ₽	1 001 667 ₽
Участие в креативном тендере	257 778 ₽	341 636 ₽	481 636 ₽
Нейминг	177 188 ₽	242 563 ₽	438 438 ₽
Разработка логотипа	177 400 ₽	264 063 ₽	366 563 ₽
Разработка фирменного стиля	324 553 ₽	475 882 ₽	809 412 ₽
Упаковка / этикетка	330 917 ₽	470 158 ₽	811 042 ₽
Адаптации дизайна на SKU (по формату)	57 273 ₽	96 818 ₽	154 545 ₽
Адаптация дизайна на SKU (по вкусам)	54 500 ₽	87 000 ₽	126 000 ₽

КОЛИЧЕСТВО ДОРАБОТОК КРЕАТИВНЫХ ИДЕЙ



КОЛИЧЕСТВО ДОРАБОТОК КРЕАТИВНЫХ ИДЕЙ

- 63% опрошенных региональных креативных агентств в среднем презентуют клиентам три варианта креативной идеи;
- 57% участников исследования в среднем 2 раза дорабатывают креативную идею, 39% - дорабатываются креативную идею в среднем три раза;
- 38% региональных агентств ответили, что в среднем разрабатывают креативную идею 2 недели;
- 46% опрошенных в среднем презентуют клиентам 5 вариантов наименований;
- 55% участников исследования в среднем 2 раза дорабатывают наименование для проектов вне тендера;
- 62% региональных агентств в среднем презентуют клиентам 3 варианта логотипа;
- 38% респондентов в среднем проводят 2 итерации / доработки логотипа для проектов вне тендера, такая же доля ответивших (38%) – 3 итерации;
- 67% участников исследования в среднем проводят 3 итерации / доработки дизайна упаковки / этикетки.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель: оценка стоимости определенных креативных услуг в индустрии рекламы РФ по заказу АКАР Урал.

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

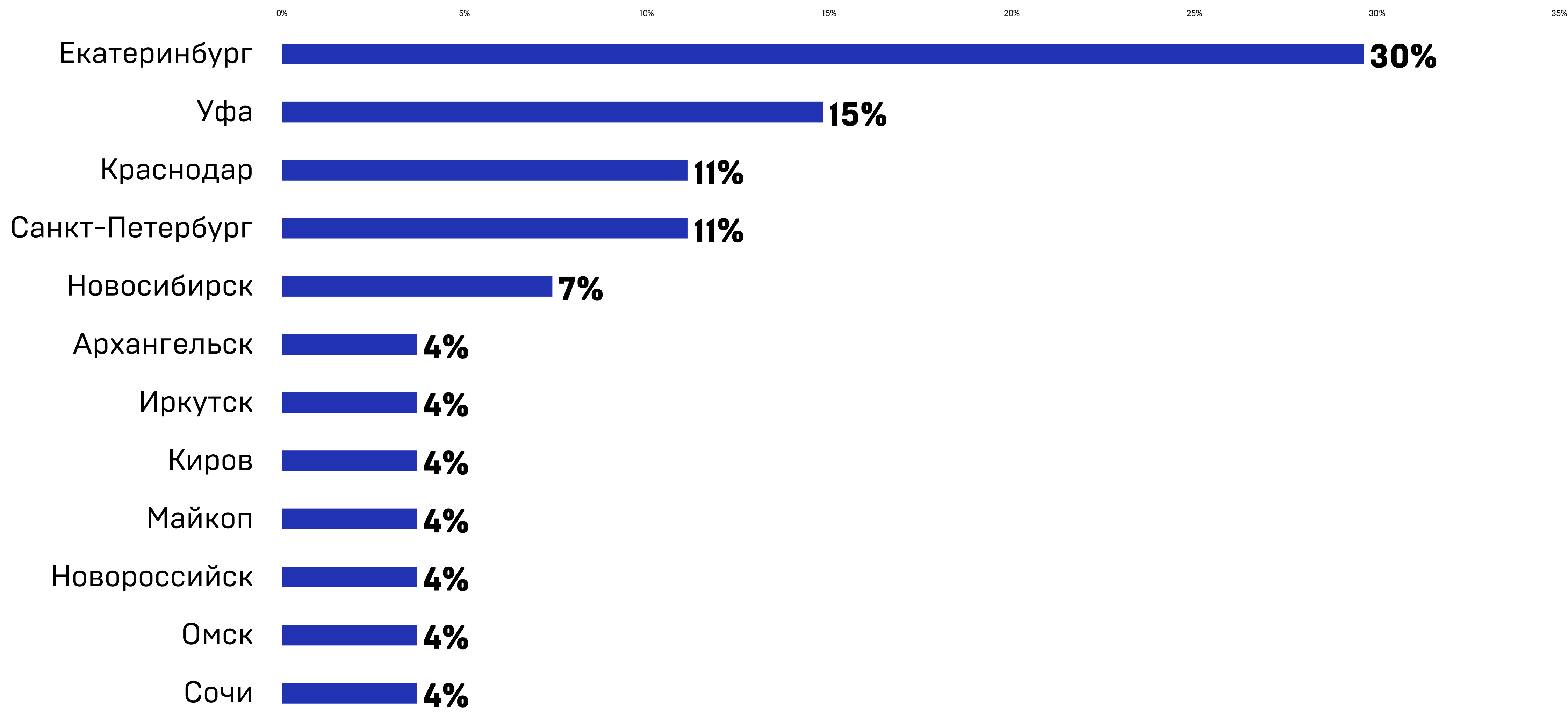
Выборка: 24 региональных агентства российского рынка креативных коммуникаций

География исследования: регионы РФ

Тайминг исследования:

- Разработка и утверждение анкеты, программирование анкеты: 3 октября – 11 октября;
- Распространение анкеты по агентствам: 12 октября 2023 – 25 октября 2023;
- Обработка и анализ полученных данных: 26 октября 2023 – 27 октября 2023;
- Подготовка отчета: 30 октября 2023 – 1 ноября 2023.

ГЕОГРАФИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ



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

- **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

- **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.

ГЛОССАРИЙ. КРЕАТИВНЫЕ ПРОДУКТЫ

- **Нейминг** – разработка наименования продукта, отражающий идею позиционирования. Включает в себя изучение конкурентного окружения, анализ существующих в данном сегменте рынка примеров наименований, систематизация полученной информации, проверку предлагаемых вариантов по всем доступным источникам + ФИПС;
- **Логотип** - создание лица бренда, которое будет связывать продукт с визуальным образом, отражать позиционирование и нейминг, раскрывать идею продукта или услуги. Включает в себя анализ существующих решений в конкретном сегменте рынка, подбор стиля и лучшего варианта коммуникации, разработку логотипа компании — образную составляющую знака, графическую основу изобразительного элемента, цветовое решение, композиционную структуру знака, подбор шрифтовой текстовой части или создание уникального написания названия.

ГЛОССАРИЙ. КРЕАТИВНЫЕ ПРОДУКТЫ

- **Фирменный стиль** – совокупность визуальных элементов идентификации компании (торговой марки), основанная на общем композиционном, шрифтовом и цветографическом решении. Включает в себя: разработку вариантов компоновки и оформления фирменного блока на основе имеющегося фирменного знака/логотипа, структуры коммуникации, шрифтовые решения, общая композиционная и цветовая схема, паттерны, адаптацию фирменного стиля на выбранные клиентом носители (5-7). Подготовка файлов (гайдлайн) - инверсное изображение знака, минимальные размеры знака. минимальное свободное пространство знака, монохромное изображение, выбор знака на разных по тону фонах, некорректное использование знака, основные фирменные цвета, дополнительные фирменные цвета, фирменные шрифты, фирменный паттерн).

ГЛОССАРИЙ. КРЕАТИВНЫЕ ПРОДУКТЫ

- **Упаковка / этикетка** – Реализация уникальной пластической или цветографической идеи, выделяющей продукт из ряда однородных. Дизайн упаковки должен соответствовать особенностям размещения продукта в местах продаж. Упаковка должна создавать запоминающийся образ продукта, способствовать его узнаваемости и запоминаемости. Включает в себя анализ существующих в сегменте рынка примеров идентификации брендов, выявление стилистики и особенностей коммуникационных решений в сегменте, разработку принципиальных решений, демонстрирующих основную идею дизайна упаковки/этикетки, структуру коммуникации, стиль и манеру исполнения, эстетику и энергетику дизайна, возможные специальные приемы, примерные шрифтовые и графические решения, направления в цветовых решениях и т.п. Адаптацию идеи на 1 SKU.

ГЛОССАРИЙ. КРЕАТИВНЫЕ ПРОДУКТЫ

- **Адаптация дизайна на SKU (по формату)** – адаптация существующей концепции дизайна внутри категории на разные форматы. Разработка системы дифференцирования продукции, адаптация концепт-дизайна на продукты внутри вкусовой линейки продукции, разработка оригинал-макетов упаковки, приведение в соответствие с требованиями по качеству технологической проработки всех элементов дизайна упаковки/рекламных материалов и «сборка» их в высоком разрешении для печати.
- **Адаптация дизайна на SKU (по вкусам)** – адаптация существующей концепции дизайна внутри категории на разные вкусы. Разработка системы дифференцирования продукции, адаптация концепт-дизайна на продукты внутри вкусовой линейки продукции, разработка оригинал-макетов упаковки, приведение в соответствие с требованиями по качеству технологической проработки всех элементов дизайна упаковки/рекламных материалов и «сборка» их в высоком разрешении для печати.

КОНТАКТЫ

**РУКОВОДИТЕЛЬ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО ЦЕНТРА
АКАР/АРИР/РАМУ**

Николай Васильев

nv@akarussia.ru

**СТАРШИЙ МЕНЕДЖЕР
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО ЦЕНТРА
АКАР/АРИР/РАМУ**

Никита Баркевич

n.barkevich@akarussia.ru

**30 лет
АКАР**