

АКАР

АССОЦИАЦИЯ
КОММУНИКАЦИОННЫХ
АГЕНТСТВ РОССИИ



арир

ассоциация развития
интерактивной рекламы

Стоимость креативных услуг (регионы 2024)

Аналитический Центр АКАР / АРИР / РАМУ / ГИПП

Август 2024 Москва



Основные выводы

Распространенность и
стоимость креативных
услуг

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

- Разработка коммуникационной стратегии (86%);
- Разработка фирменного стиля (76%);
- Позиционирование / креативная платформа бренда (71%).

Основные выводы

Распространенность и
стоимость креативных
услуг

- Рост стоимости креативных услуг в 2024 году по сравнению с 2023 годом по всем услугам в среднем составил 48%;
- Средняя стоимость минимального креативного продукта (креативной концепции рекламной кампании с адаптацией на 1 формат: видео) в 2024 году выросла на 145% по сравнению со стоимостью 2023 года;
- Средняя стоимость стандартного креативного продукта (креативной концепции рекламной кампании с адаптацией на 2 формата: видео и KV) в 2024 году выросла на 105%.

Основные выводы

Сроки и количество
итераций креативных
идей

- 52% опрошенных региональных креативных агентств в среднем презентуют клиентам 3 варианта креативной идеи;
- 48% участников исследования в среднем 2 раза дорабатывают креативную идею, 43% региональных агентств ответили, что в среднем разрабатывают креативную идею 3 недели;
- 44% - презентуют клиенту в среднем 4 варианта наименований, 44% участников исследования в среднем 3 раза дорабатывают наименование для проектов вне тендера.

Основные выводы

Сроки и количество
итераций креативных
идей

- 83% региональных агентств в среднем презентуют клиентам 3 варианта логотипа;
- 50% респондентов в среднем проводят 2 итерации / доработки логотипа для проектов вне тендера;
- 47% участников исследования в среднем презентует клиенту 3 идеи / доработки дизайна упаковки / этикетки;
- 50% участников исследования в среднем проводят 2 итерации / доработки дизайна упаковки / этикетки.

Креативные услуги, оказываемые региональными агентствами



Другое

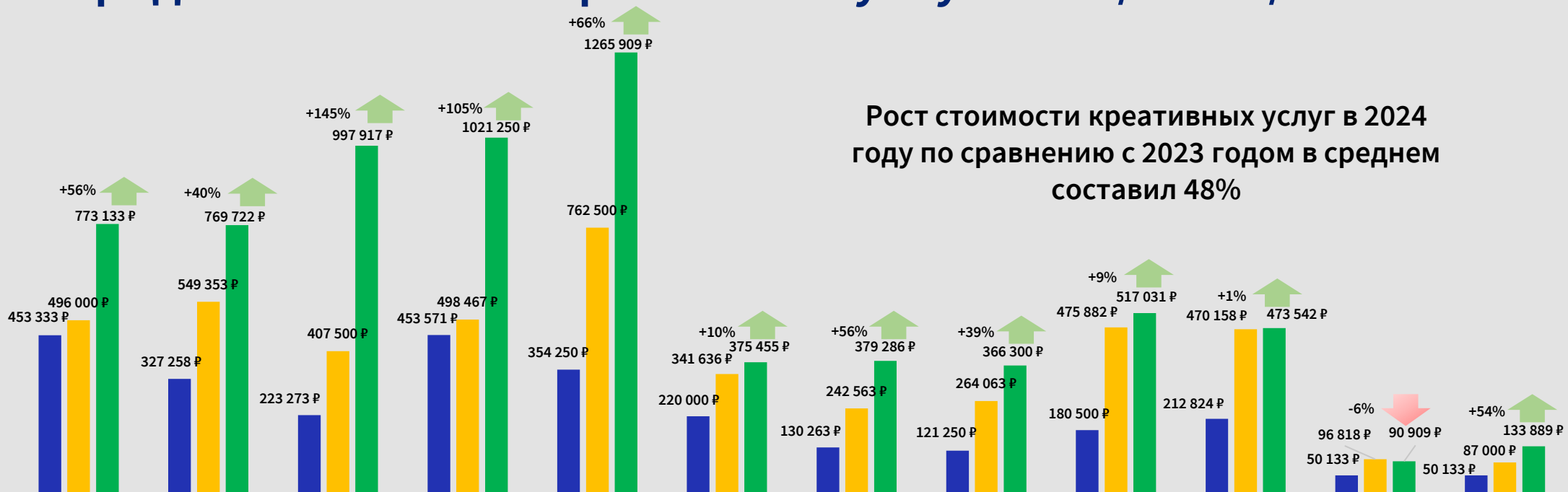
- контент-стратегия, контент-маркетинг, SMM
- разработка сайтов (концепт, дизайн, контент), разработка кастомного программного обеспечения под конкретные бизнес задачи заказчика

Средние значения стоимости креативных услуг 2024



Сравнение средней стоимости креативных услуг 2022 / 2023 / 2024

Рост стоимости креативных услуг в 2024 году по сравнению с 2023 годом в среднем составил 48%



	Позиционирование / креативная платформа бренда	Коммуникационная стратегия	Минимальный креативный продукт (креативная концепция рекламной кампании с адаптацией на 1 формат: видео)	Стандартный креативный продукт (креативная концепция рекламной кампании с адаптацией на 2 формата: видео и KV)	Расширенный креативный продукт (креативная концепция рекламной кампании с адаптацией на 3 формата: видео, KV и спецпроект)	Участие в креативном тендере	Нейминг	Разработка логотипа	Разработка фирменного стиля	Упаковка / этикетка	Адаптации дизайна на SKU (по формату)	Адаптация дизайна на SKU (по вкусам)
■ Средняя стоимость 2022	453 333 ₽	327 258 ₽	223 273 ₽	453 571 ₽	354 250 ₽	220 000 ₽	130 263 ₽	121 250 ₽	180 500 ₽	212 824 ₽	50 133 ₽	50 133 ₽
■ Средняя стоимость 2023	496 000 ₽	549 353 ₽	407 500 ₽	498 467 ₽	762 500 ₽	341 636 ₽	242 563 ₽	264 063 ₽	475 882 ₽	470 158 ₽	96 818 ₽	87 000 ₽
■ Средняя стоимость 2024	773 133 ₽	769 722 ₽	997 917 ₽	1021 250 ₽	1265 909 ₽	375 455 ₽	379 286 ₽	366 300 ₽	517 031 ₽	473 542 ₽	90 909 ₽	133 889 ₽

Средние / минимальные / максимальные значения стоимости креативных услуг 2024

	2024		
	Минимальная стоимость	Средняя стоимость	Максимальная стоимость
Позиционирование / креативная платформа бренда	569 333 ₽	773 133 ₽	1 218 000 ₽
Коммуникационная стратегия	552 778 ₽	769 722 ₽	552 778 ₽
Минимальный креативный продукт (креативная концепция рекламной кампании с адаптацией на 1 формат: видео)	776 667 ₽	997 917 ₽	1 131 667 ₽
Стандартный креативный продукт (креативная концепция рекламной кампании с адаптацией на 2 формата: видео и KV)	810 833 ₽	1 021 250 ₽	1 417 500 ₽
Расширенный креативный продукт (креативная концепция рекламной кампании с адаптацией на 3 формата: видео, KV и спецпроект)	983 636 ₽	1 265 909 ₽	1 660 909 ₽
Участие в креативном тендере	213 636 ₽	375 455 ₽	704 545 ₽
Нейминг	277 143 ₽	379 286 ₽	537 857 ₽
Разработка логотипа	262 267 ₽	366 300 ₽	483 000 ₽
Разработка фирменного стиля	573 125 ₽	517 031 ₽	1 327 813 ₽
Упаковка / этикетка	337 667 ₽	473 542 ₽	662 333 ₽
Адаптации дизайна на SKU (по формату)	43 000 ₽	90 909 ₽	128 000 ₽
Адаптация дизайна на SKU (по вкусам)	90 778 ₽	133 889 ₽	241 444 ₽

Количество доработок креативных идей



Сроки и количество итераций креативных идей

- 52% опрошенных региональных креативных агентств в среднем презентуют клиентам 3 варианта креативной идеи;
- 48% участников исследования в среднем 2 раза дорабатывают креативную идею, 33% - дорабатываются креативную идею в среднем 3 раза;
- 43% региональных агентств ответили, что в среднем разрабатывают креативную идею 3 недели;
- 44% опрошенных в среднем презентуют клиенту 4 варианта наименований, 39% - 5 вариантов;
- 44% участников исследования в среднем 3 раза дорабатывают наименование для проектов вне тендера, 39% - дорабатывают 2 раза;
- 83% региональных агентств в среднем презентуют клиентам 3 варианта логотипа;
- 50% респондентов в среднем проводят 2 итерации / доработки логотипа для проектов вне тендера, 39% - 3 итерации;
- 47% участников исследования в среднем презентует клиенту 3 идеи / доработки дизайна упаковки / этикетки, 35% - презентует 2 идеи;
- 50% участников исследования в среднем проводят 2 итерации / доработки дизайна упаковки / этикетки, 39% - проводит 3 итерации.

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, выделяющий 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.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

АКАР

АССОЦИАЦИЯ
КОММУНИКАЦИОННЫХ
АГЕНТСТВ РОССИИ



Контакты



РУКОВОДИТЕЛЬ АЦ АКАР/АРИР/ РАМУ/ГИПП

Николай Васильев

- t.me/personaliter
- nv@akarussia.ru

МЕНЕДЖЕР АЦ АКАР/АРИР/РАМУ/ГИПП

Денис Репин

- t.me/DedInnns
- denis.repin@akarussia.ru

АКАР

АССОЦИАЦИЯ
КОММУНИКАЦИОННЫХ
АГЕНТСТВ РОССИИ

RECENT
research center

