**DIGITAL INDEX: О ПРОЕКТЕ**

Исследование рынка digital-коммуникаций строится на опросе заказчиков услуг.

Респондентам, которые отбираются из числа специалистов отделов маркетинга, имеющих опыт работы в digital-сегменте не менее года, предлагается пройти онлайн-анкетирование.

Анкета состоит из блока представления, выяснения уровня наведенного знания (с подсказкой)/сотрудничества, качественной оценки конкретных подрядчиков в 16 сегментах и общих вопросов по использованию digital-инструментов.

**ПЕРВЫЙ БЛОК** предусматривает получение необходимой и достаточных идентификационной информации.

* Фамилия, имя
* Название компании
* Сфера деятельности

**ИЗУЧАЕМЫЕ СЕРВИСЫ**

**1 блок. Коммуникация (Message).** Обращение от лица бренда, продающая история

* 1. **Креативные разработки**. Digital-креатив, в т.ч. нестандартные активации и спецпроекты
  2. **SMM/PR/SERM**. Ведение сообществ, PR и репутационный маркетинг
  3. **Нативная реклама.** Интеграция в контент
  4. **Инфлюенс-маркетинг.** Реклама у лидеров мнения (блогеры)

**2 блок. Производство (Production).** Упаковка коммуникации, ее витрина, оболочка

**2.1. Web-продакшен.** Производство сайтов, баннеров, адаптация и пр.

**2.2. Mobile-продакшен.** Производство мобильных приложений

**2.3. Видео-продакшен (NEW!).** Производство роликов для размещения в интернете

**2.4. Игры (NEW!).** Игровые механики в digital, desktop & mobile

**3 блок. Размещение (Placement).** Размещение сообщения (имиджевая реклама)

**3.1. Баннерная реклама.** Медиапланирование и баинг баннерной рекламы (прямые закупки, программатик, мобайл)

**3.2. Видеореклама.** Размещение диджитал-видеорекламы (прямые закупки, программатик, мобайл, соцсети, вирусные кампании)

**3.3. Аудио (NEW!).** Размещение звуковой рекламы в интернете

**3.4. Smart / Advance TV (NEW!).** Размещение рекламы на устройствах, поддерживающих функцию Smart TV

**3.5. Реклама в мессенджерах**. Кампании в Telegram, Viber, WhatsApp.

**4. Действие (Performance)**. Обеспечение контакта и/или ожидаемого действия

**4.1. Контекстная реклама.** Рекламные объявления с таргетингом по поисковым запросам

**4.2. SEO.** Продвижение и оптимизация в строке выдачи поисковиков

**4.3. Лидогенерация.** Привлечение лидов с оплатой за конкретного лида, где лид - потенциальный клиент, обратившийся в компанию за товаром или услугой

**4.4. Продвижение приложений.** Реклама с оплатой за установку приложений.

На **ВТОРОМ ЭТАПЕ** выясняется знание (наведенное) агентских брендов во всех исследуемых экспертизах, а также опыт и доля сотрудничества (доля рынка).

**Знание с подсказкой** (наведенное) выясняется на основе предварительно составленных перечней, состоящих из лидеров рейтингов сотрудничества 2019 года, а также агентств, предоставивших контакты клиентов для опроса.

**Опыт сотрудничества** за последний год, помимо формирования соответствующего рейтинга, является отправной точкой для построения дальнейшего сценария качественного опроса.

На **ТРЕТЬЕМ ЭТАПЕ** респонденты по десятибалльной шкале оценивают компании, с которыми имелся опыт сотрудничества, по нескольким критериям. В отношении качественных критериев была разработана дифференцированная система показателей.

**КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ПО СЕГМЕНТАМ**

**1 блок. Коммуникация (Message).**

* 1. **Креативные разработки**

• Оригинальность, инновационность

• Качество реализации, использование новых технологий

• Эффективность воздействия на аудиторию

* 1. **SMM/PR/SERM**

• Скорость работы, оперативность реагирования (agile), умение и готовность работы с ситуационным маркетингом

• Эффективность кампаний

• Качества контента, уровень вовлечения

* 1. **Нативная реклама**
* Уровень экспертизы
* Эффективность воздействия на аудиторию
* Ценообразование
  1. **Инфлюенс-маркетинг**

• Качество реализации

• Уровень организации и управления процессами

• Ценообразование

**2 блок. Производство (Production).** **Web. Mobile, Video, Games.**

• Качество реализации

• Уровень организации и управления процессами

• Ценообразование

**3 блок. Размещение (Placement).** **Баннерная, видео, аудио-реклама, Smart TV**

• Уровень экспертизы

• Клиентский сервис

• Соотношение цена/качество

**4 блок. Действие (Performance)**. Обеспечение контакта и/или ожидаемого действия

**4.1. Контекстная реклама.** Рекламные объявления с таргетингом по поисковым запросам

• Качество трафика (аудитории)

• Качество таргетинга

• Клиентский сервис

**4.2. SEO.** Продвижение и оптимизация в строке выдачи поисковиков

• Качество трафика (аудитории)

• Качество аналитики и отчетность

• Клиентский сервис

**4.3. Лидогенерация.** Привлечение лидов с оплатой за конкретного лида, где лид - потенциальный клиент, обратившийся в компанию за товаром или услугой

• Экспертиза и аналитика

• Клиентский сервис

• Ценообразование

**4.4. Продвижение приложений.** Реклама с оплатой за установку приложений.

• Экспертиза и аналитика

• Клиентский сервис

• Ценообразование

**На ПОСЛЕДНЕМ ЭТАПЕ** следуют вопросы по использованию digital­инструментов в маркетинговом бюджете в динамике 2020-2021 гг. Вопросы не являются обязательными.

**ИНТЕГРАЛЬНЫЙ РЕЙТИНГ**

На основе полученных результатов будет составлен сводный рейтинг, учитывающий все три показателя. Интегральный показатель вычисляется суммированием произведений приведенного результата на весовой коэффициент параметра.

**Интегральная оценка Y = (Кзнан × Xзнан) + (Ксотр × Xсотр) + (Ккач × Xкач)**

**Где X – приведенная оценка агентства, K – вес параметра**

**Приведенная оценка.**

Для уравнивания трех параметров (знание, сотрудничество, качество) в каждом из них максимальное значение принималось за 10, а все остальные пересчитываются пропорционально.

**Веса параметров**:

Узнаваемость **Кзнан =** 5%

Доля сотрудничества **Ксотр =** 20%

Качество сервиса **Ккач =** 75%.

Получившийся интегральный рейтинг учитывает вклад всех трех показателей в результат агентства.