**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, предложено пройти онлайн-анкетирование.

Анкета состоит из блока представления, выяснения уровня наведенного знания (с подсказкой)/сотрудничества, качественной оценки конкретных подрядчиков в 15 сегментах и общих вопросов по использованию digital-инструментов.

**ПЕРВЫЙ БЛОК** предусматривает получение необходимой и достаточных идентификационной информации, а также уточнение уровня и профиля деятельности специалиста, соцдем-характеристик и опыта работы в сегменте.

* Фамилия, имя
* Название компании
* Сфера деятельности
* Возраст
* Позиция
* Опыт работы

**ИЗУЧАЕМЫЕ СЕРВИСЫ**

**1 MEDIA SERVICE**

1.1 **Direct Media Buying**. Планирование и закупка баннерного размещения агентством напрямую у паблишеров и площадок

1.2 **Programmatic Buying**. Планирование и закупка медиа-рекламы с помощью программатик, все форматы и все медиа (CPM, CPC, RTB)

1.3 **Digital Video / Smart TV.** Планирование и закупка видеорекламы: прероллы, построллы, in-banner video, overlay, видеоконтекст и тд.

1.4 **Non-standard Media** **(NEW!)** Разработка и проведение нестандартных медийных кампаний (спонсорство, брендированный контент и тд.)

1.5 **Mobile Media Buying**. Планирование и закупка мобильной рекламы (CPM, СPC, RTB)

**2 PERFORMANCE MARKETING**

2.1 **Лидогенерация / CPA.** Реклама с оплатой за действие (оплата за клик, оплата за покупку, оплата за заполнение анкеты и т.д.)

2.2 **Поисковая оптимизация / SEO**. Услуги по продвижению сайтов в поисковых системах, оптимизация поисковой выдачи

2.3 **Контекстная реклама / SEA.** Размещение медийно-контекстных объявлений с таргетингом на основе поисковых запросов пользователя

2.4 **Direct Marketing & CRM**. Стратегия, разработка и проведение масштабных директ-маркетинг кампаний с использованием CRM-платформ и Big Data

2.5 **Продвижение приложений / CPI** (**NEW!)** Комплексные услуги по продвижению мобильных приложений (CPI, ASO, etc.)

**3 CRAFT SKILLS**

3.1 **Креатив и стратегия**. Разработка стратегий и креативных решений для реализации охватных диджитал-кампаний

3.2 **SMM / Digital PR**. Услуги по продвижению и ведению бренда в социальных медиа, блогосфере, и т.д.

3.3 **Special Projects** (**NEW!)** Разработка и проведение контентных спец проектов с интеграцией бренда

3.4 **Digital Production**. Проектирование, дизайн и разработка комплесных веб-решений (корпоративные сайты, интернет-магазины и т.д.)

3.5 **Mobile Production**. Проектирование, дизайн и разработка мобильных приложений (игры, сервисы, СМИ)

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

**Знание с подсказкой** (наведенное) выяснялось на основе предварительно составленных перечней, состоящих из лидеров рейтингов сотрудничества 2016 года, а также агентств, предоставивших контакт клиентов для опроса.

**Опыт сотрудничества** за последние два года, помимо формирования соответствующего рейтинга, является отправной точкой для построения дальнейшего сценария качественного опроса.

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

**КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ПО СЕГМЕНТАМ**

**MEDIA SERVICE**

**Direct Media Buying, Mobile Media Buying**

* Медийный сервис
* Клиентский сервис
* Соотношение цена/качество

**Digital Video (instream, outstream)**

* Уровень экспертизы
* Клиентский сервис
* Соотношение цена/качество

**Programmatic Buying**

* Объем данных о пользователях, подключенный инвентарь, подключенные платформы
* Качество таргетинга, возможности обработки данных, возможности оптимизации кампаний
* Клиентский сервис

**Non-standard Media**

* Оригинальность, инновационность
* Качество реализации, использование новых технологий
* Адекватность воздействия на аудиторию

**PERFORMANCE MARKETING**

**Лидогенерация / CPA, Direct Marketing & CRM, Продвижение приложений / CPI**

* Экспертиза и аналитика
* Клиентский сервис
* Ценообразование

**Поисковая оптимизация / SEO**

* Качество трафика (аудитории)
* Качество аналитики и отчетность
* Клиентский сервис

**Контекстная реклама / SEA**

* Качество трафика (аудитории)
* Качество таргетинга
* Клиентский сервис

**CRAFT SKILLS**

**Креатив и стратегия, Special Projects:**

* Оригинальность, инновационность
* Качество реализации, использование новых технологий
* Эффективность воздействия на аудиторию

**SMM / Digital PR**

* Скорость работы, оперативность реагирования, умение и готовность работы с ситуационным маркетингом
* Эффективность кампаний
* Качества контента, уровень вовлечения

**Digital Production, Mobile Production:**

* Качество реализации
* Уровень организации и управления процессами
* Ценообразование

**На ПОСЛЕДНЕМ ЭТАПЕ** следуют вопросы по использованию digital­инструментов в маркетинговом бюджете в динамике 2017-2018 гг.