

PRT }}

Исследование он-  
лайн трендов 2011

*pr* technologies }

we are  
**STORYTELLERS.**

# Об исследовании

- Цель: выявление актуальных тенденций на рынке интернет-рекламы и маркетинга
- Респонденты: представители топ-100 рекламодателей Рунета
- Выборка: 50 респондентов
- Метод: анкетирование

1

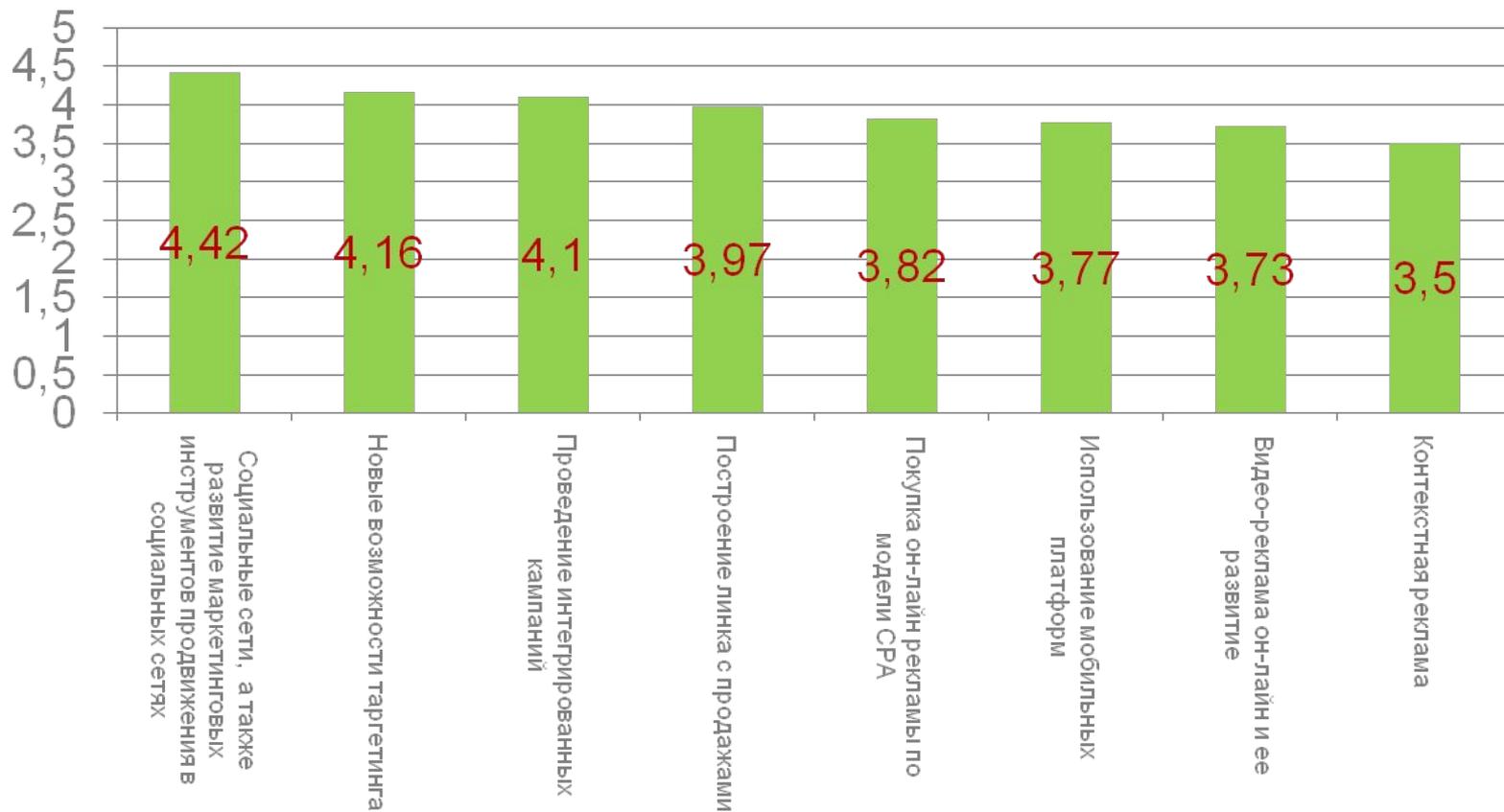
# РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

## Блок 1

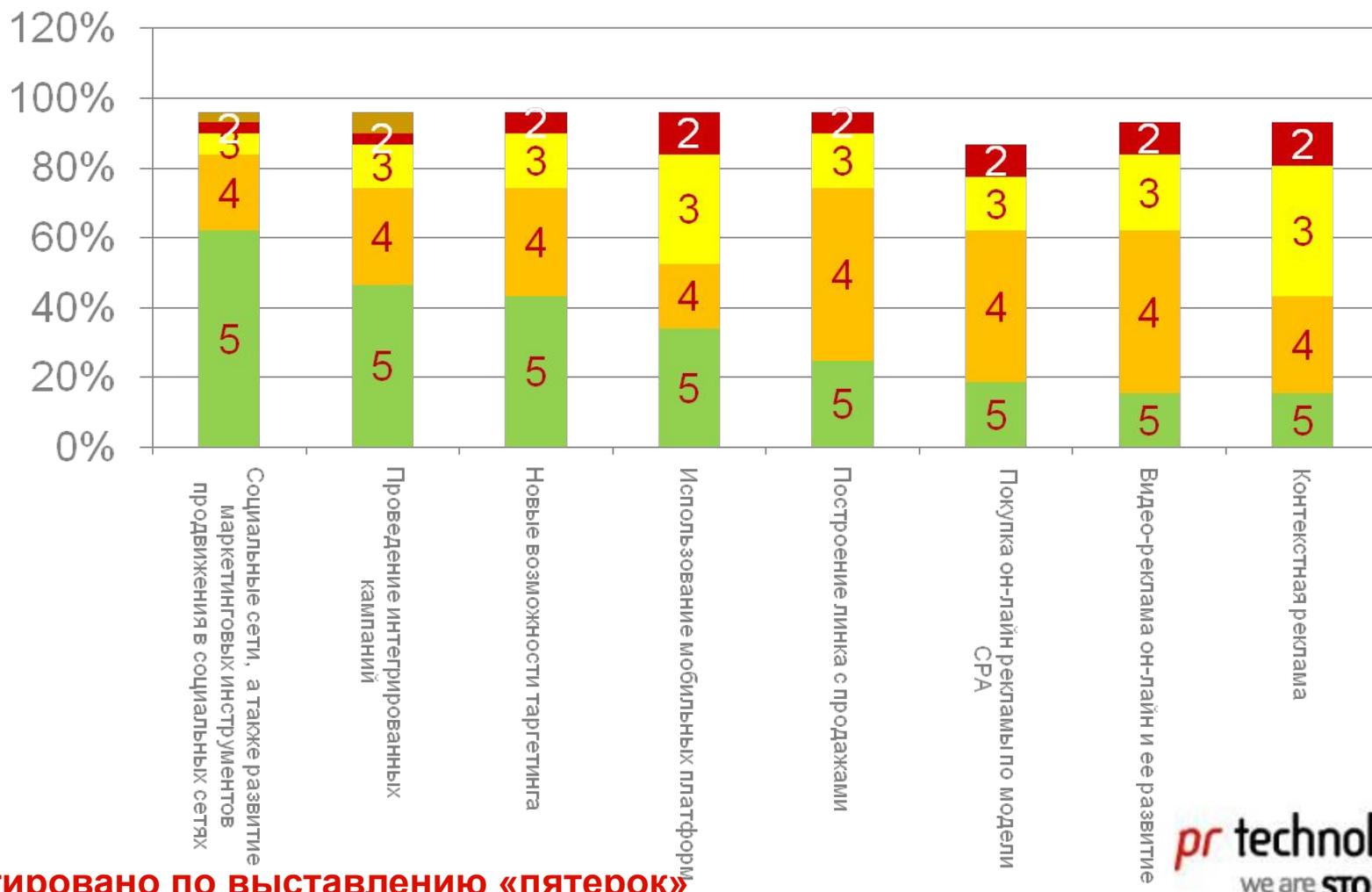
# Тренды он-лайн рекламы и маркетинга

# Какие из он-лайн трендов кажутся вам наиболее актуальными

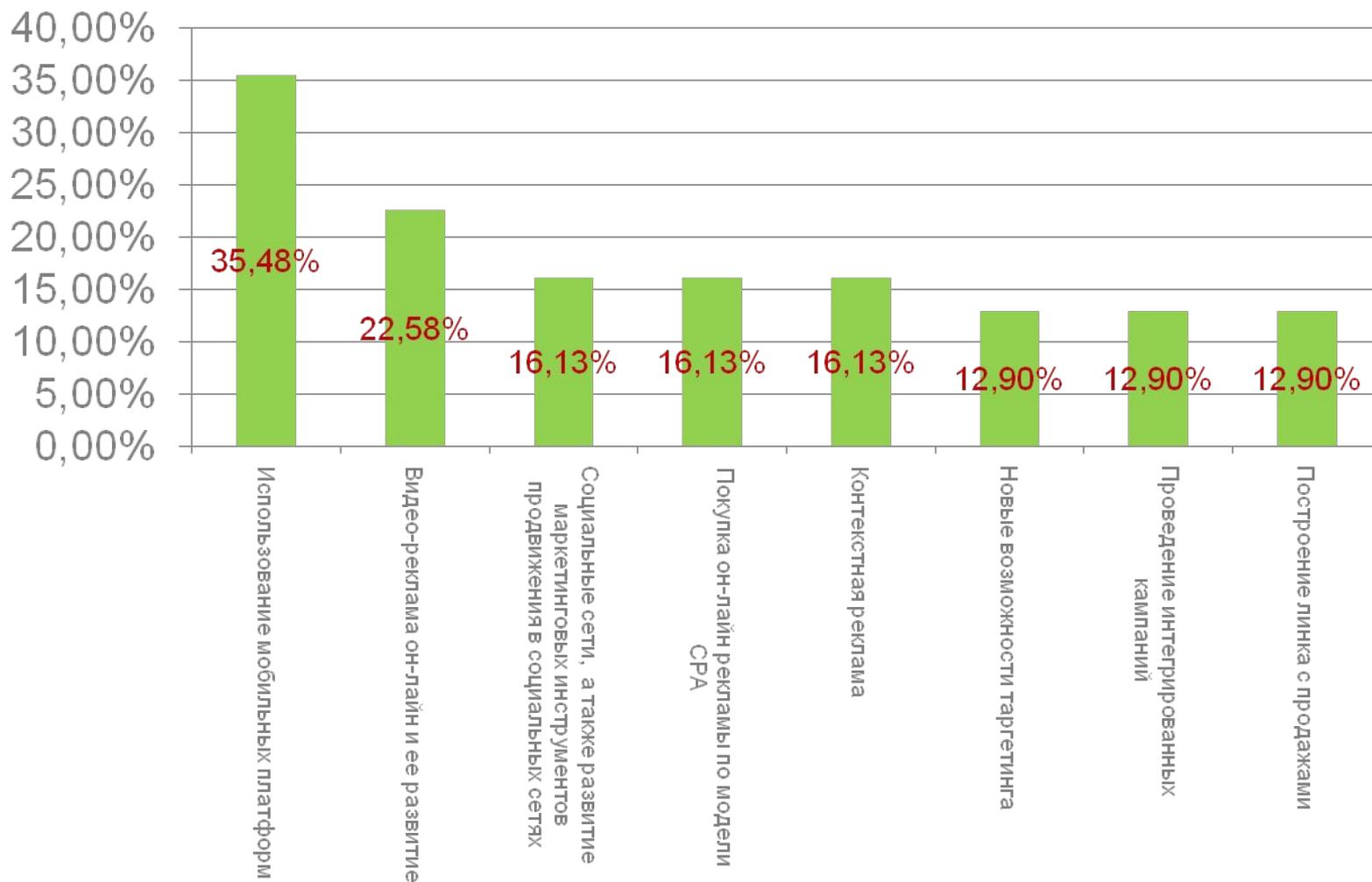
Средний балл (1 – минимальный; 5 – максимальный)



# Какие из он-лайн трендов кажутся вам наиболее актуальными (распределение баллов\*)

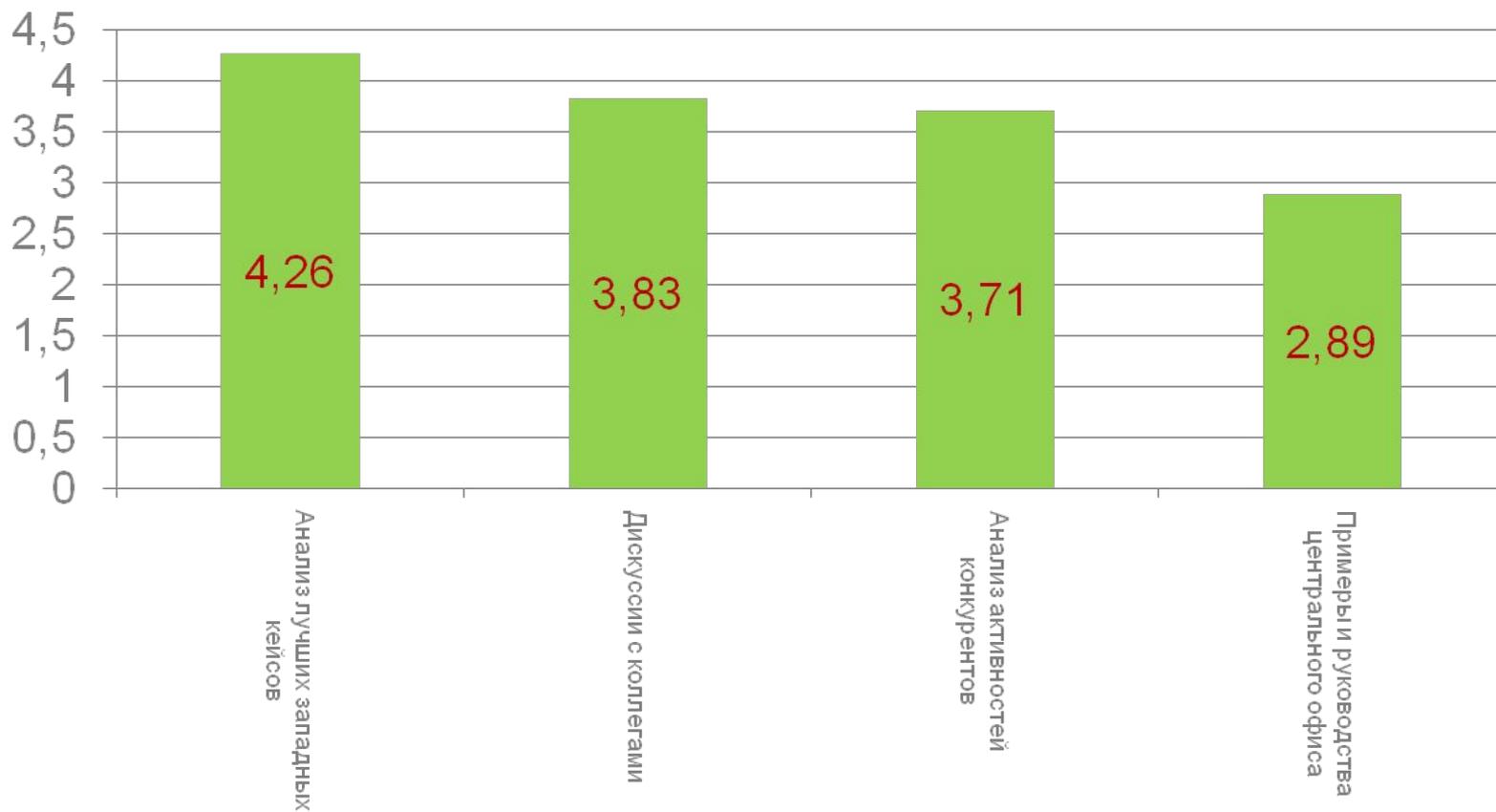


# Какие из трендов кажутся вам наиболее сомнительными (выбрать из списка)

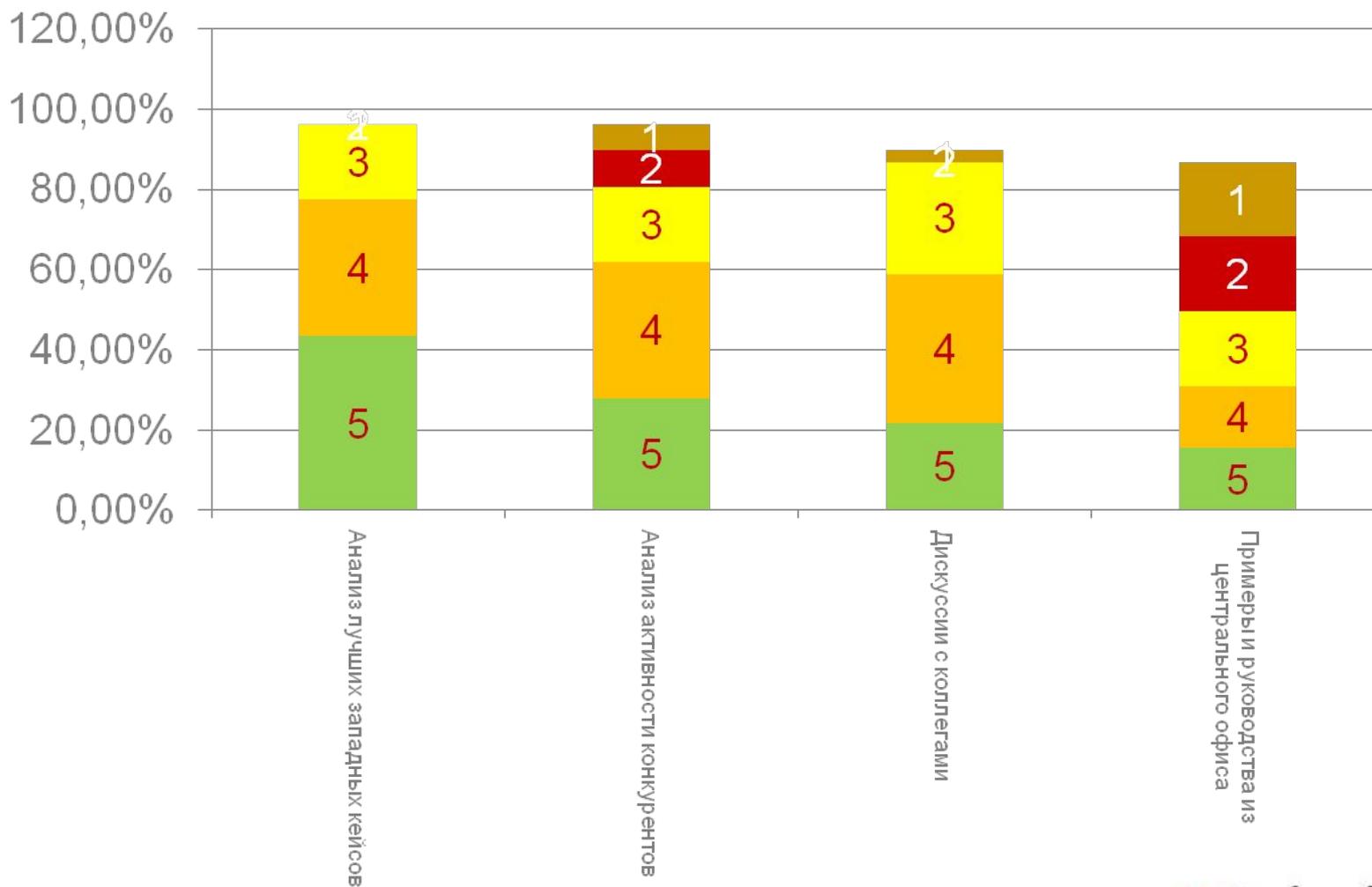


# На что вы ориентируетесь при планировании он-лайн кампаний

Средний балл (1 – минимальный; 5 – максимальный)



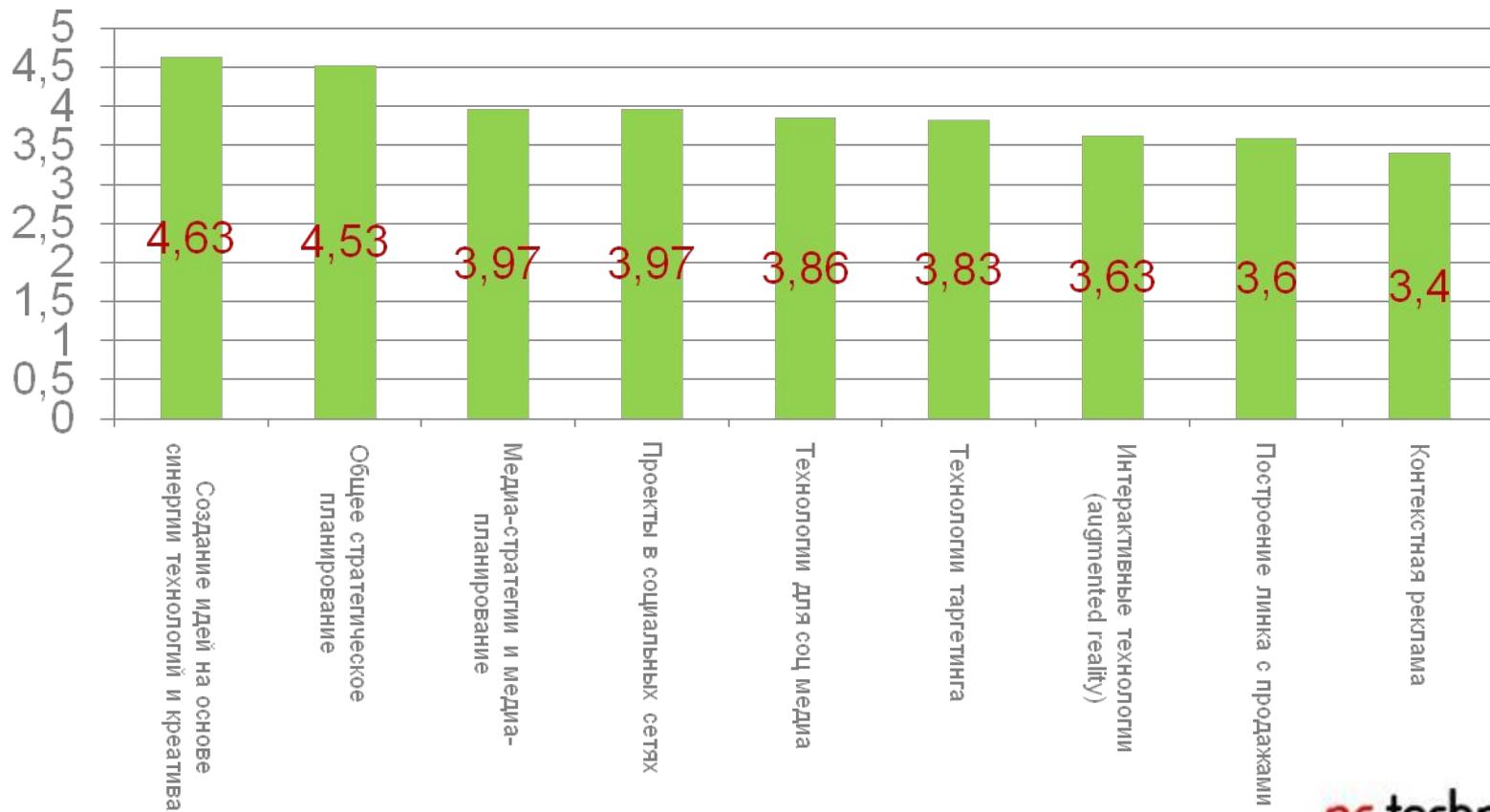
# На что вы ориентируетесь при планировании он-лайн кампаний (распределение баллов)



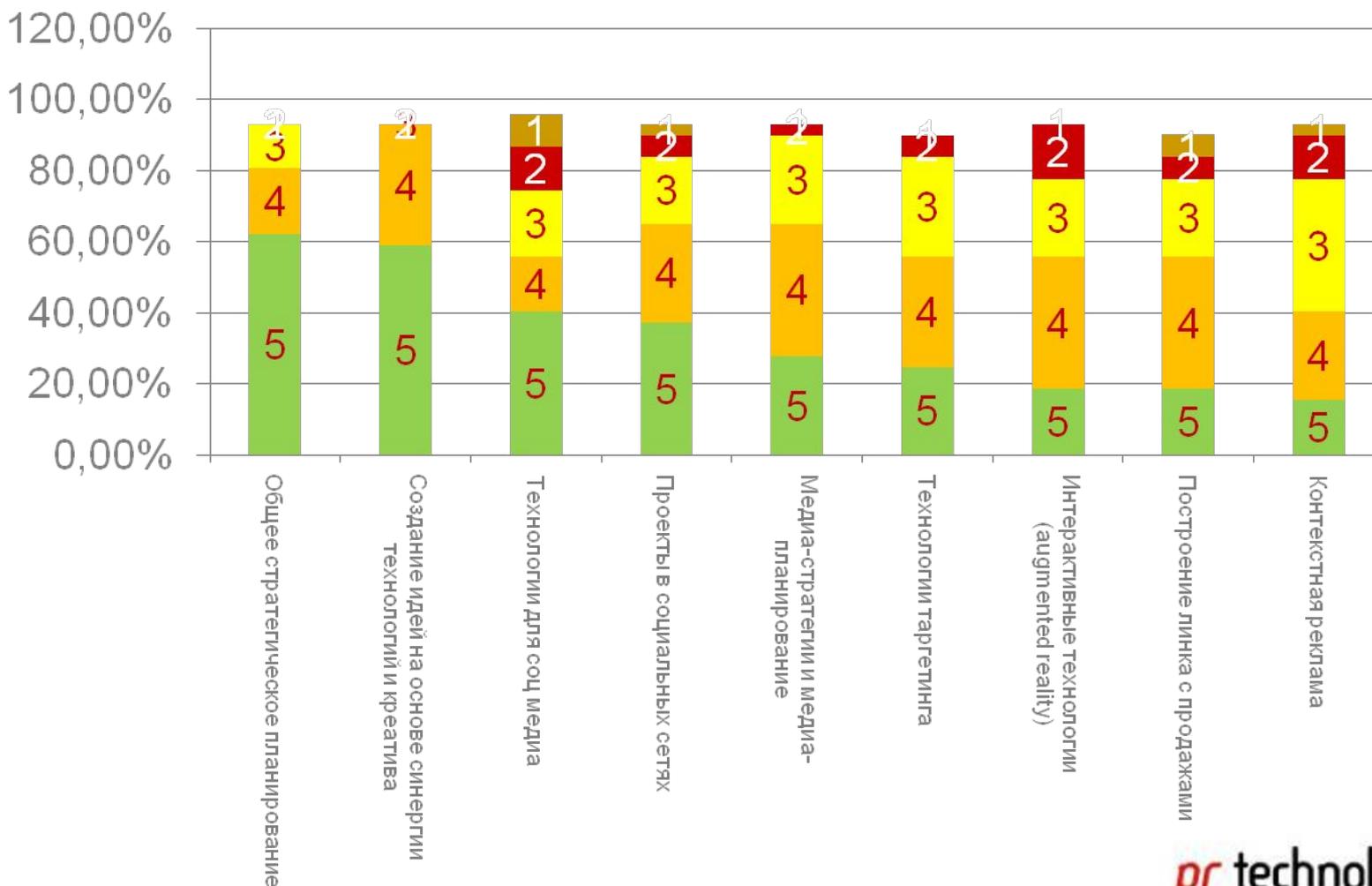
\*отсортировано по выставлению «пятерок»

# Какие аспекты digital-коммуникаций представляют для вас интерес?

Средний балл (1 – минимальный; 5 – максимальный)



# Какие аспекты digital-коммуникаций представляют для вас интерес? (распределение баллов)

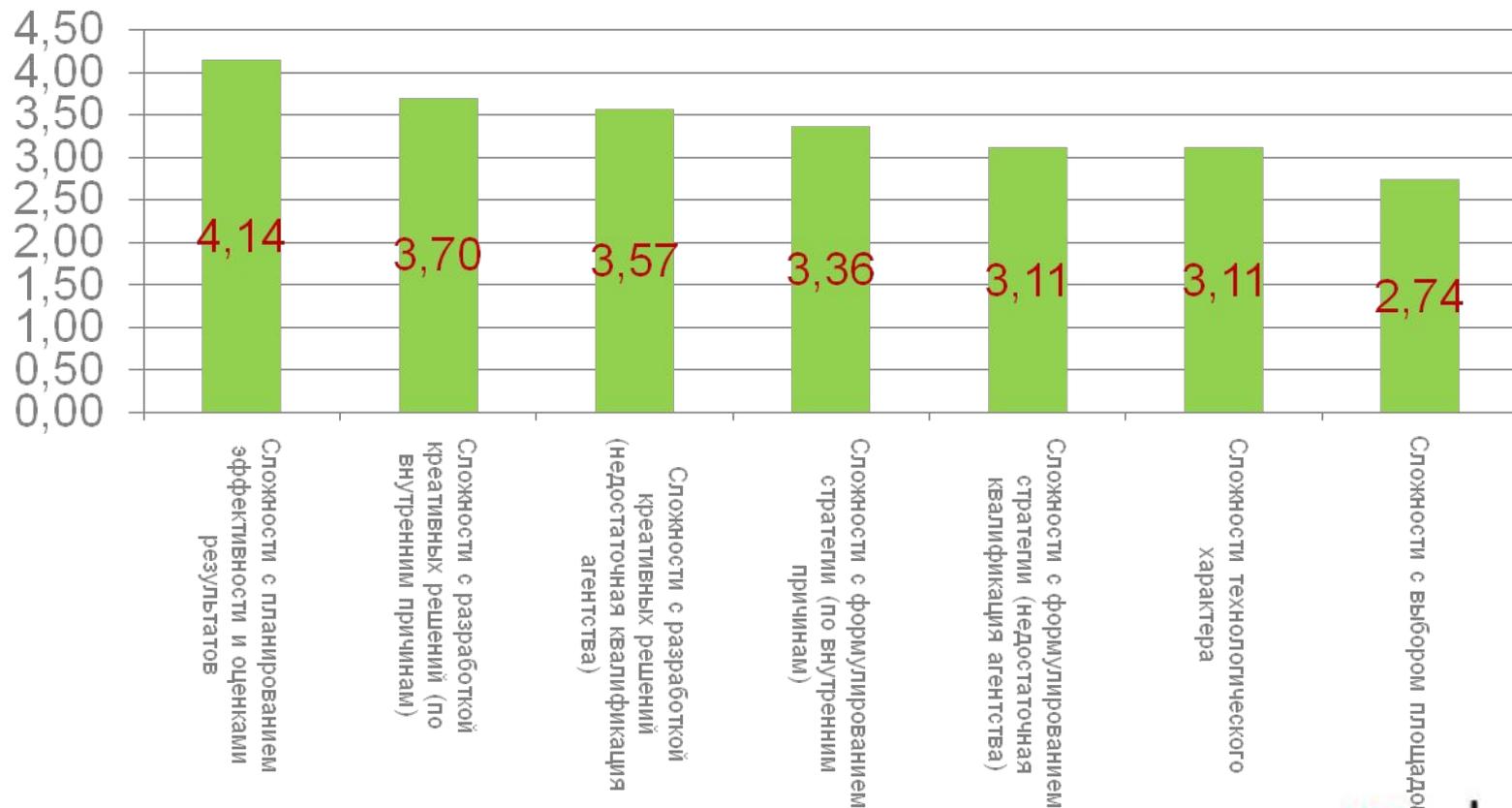


## Блок 2

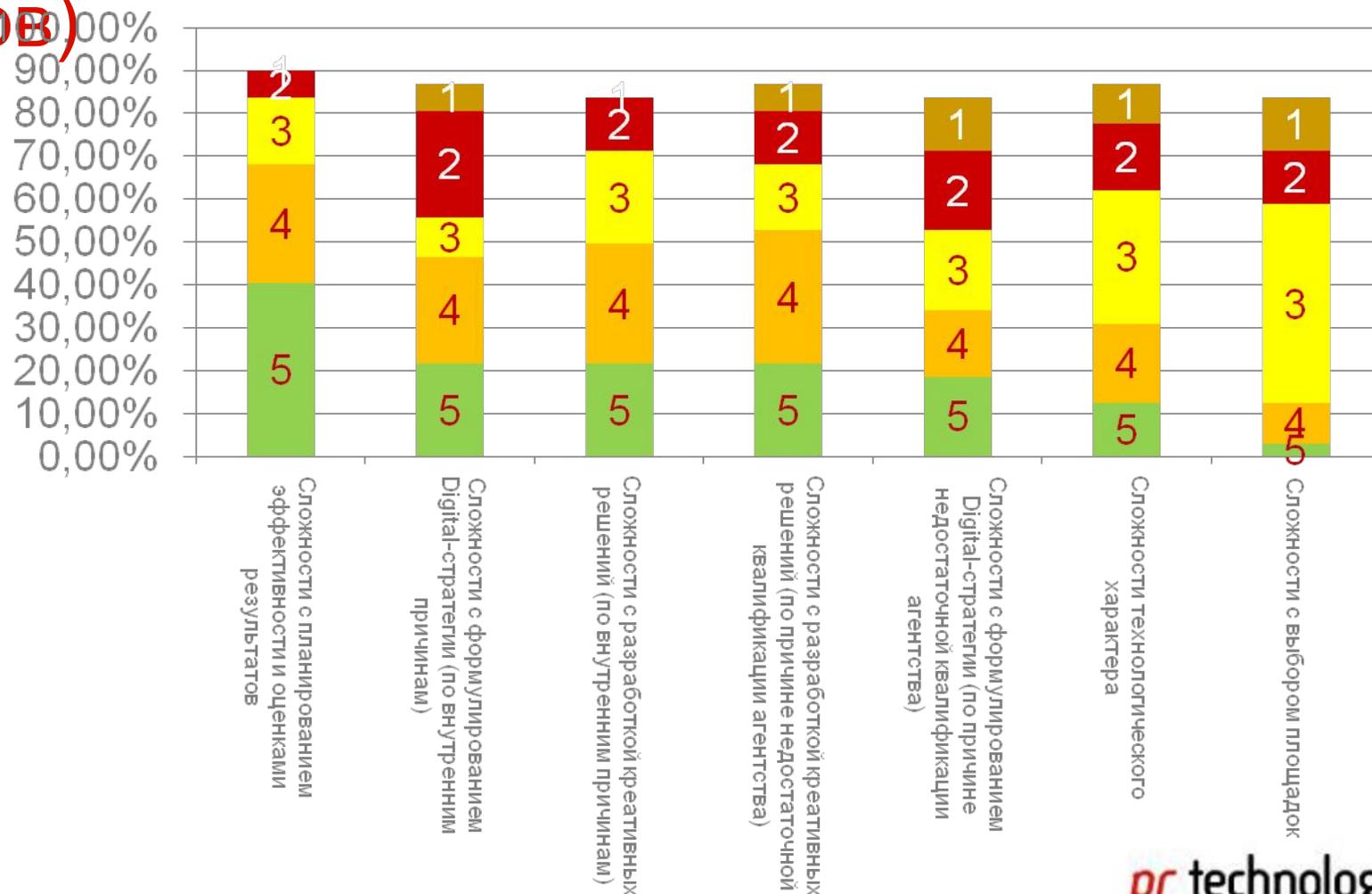
# Challenges

# С какими трудностями вы чаще всего сталкиваетесь при планировании и реализации Digital-кампаний?

Средний балл (1 – минимальный; 5 – максимальный)



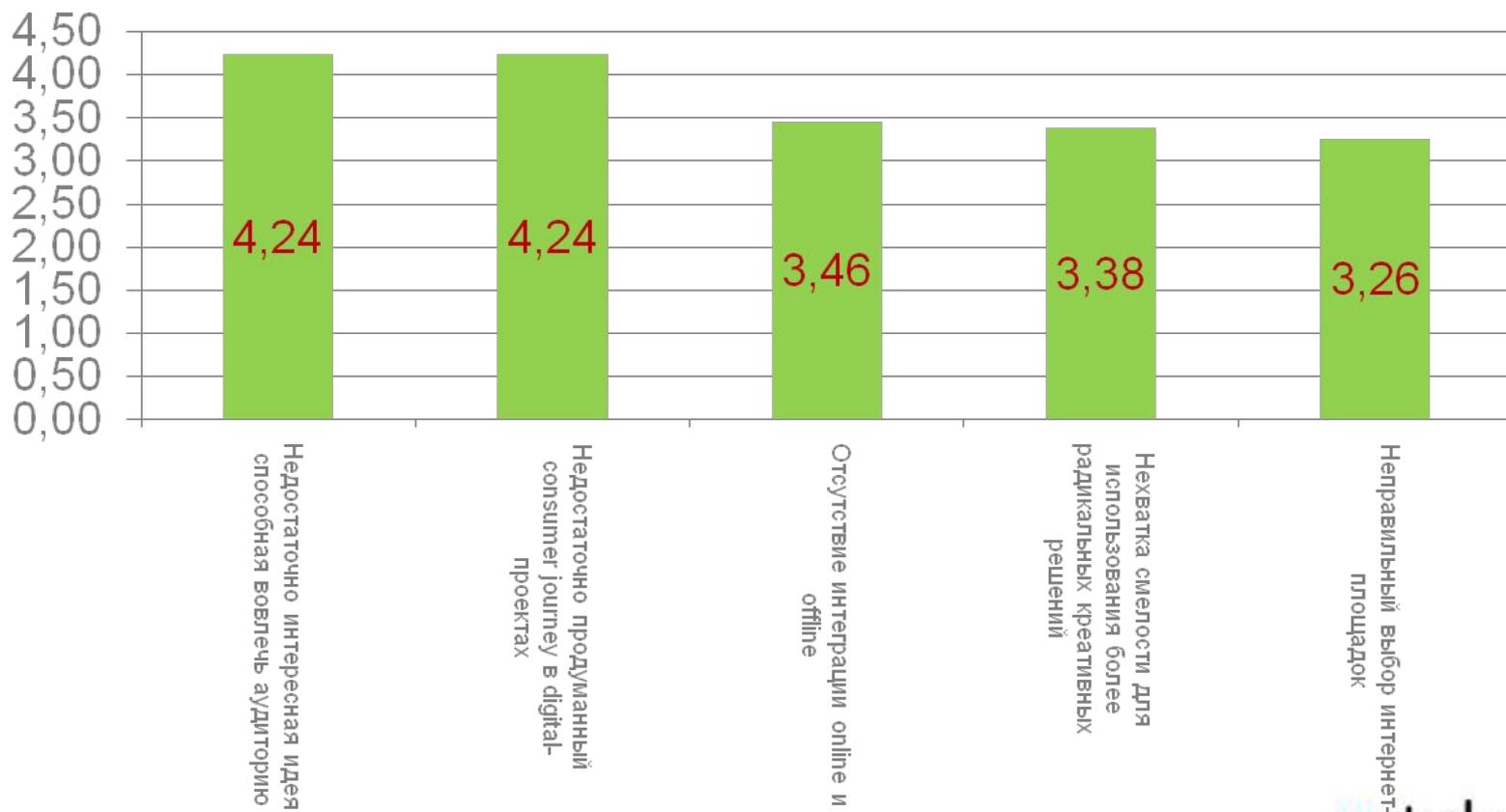
# С какими трудностями вы чаще всего сталкиваетесь при планировании и реализации Digital-кампаний? (распределение баллов)



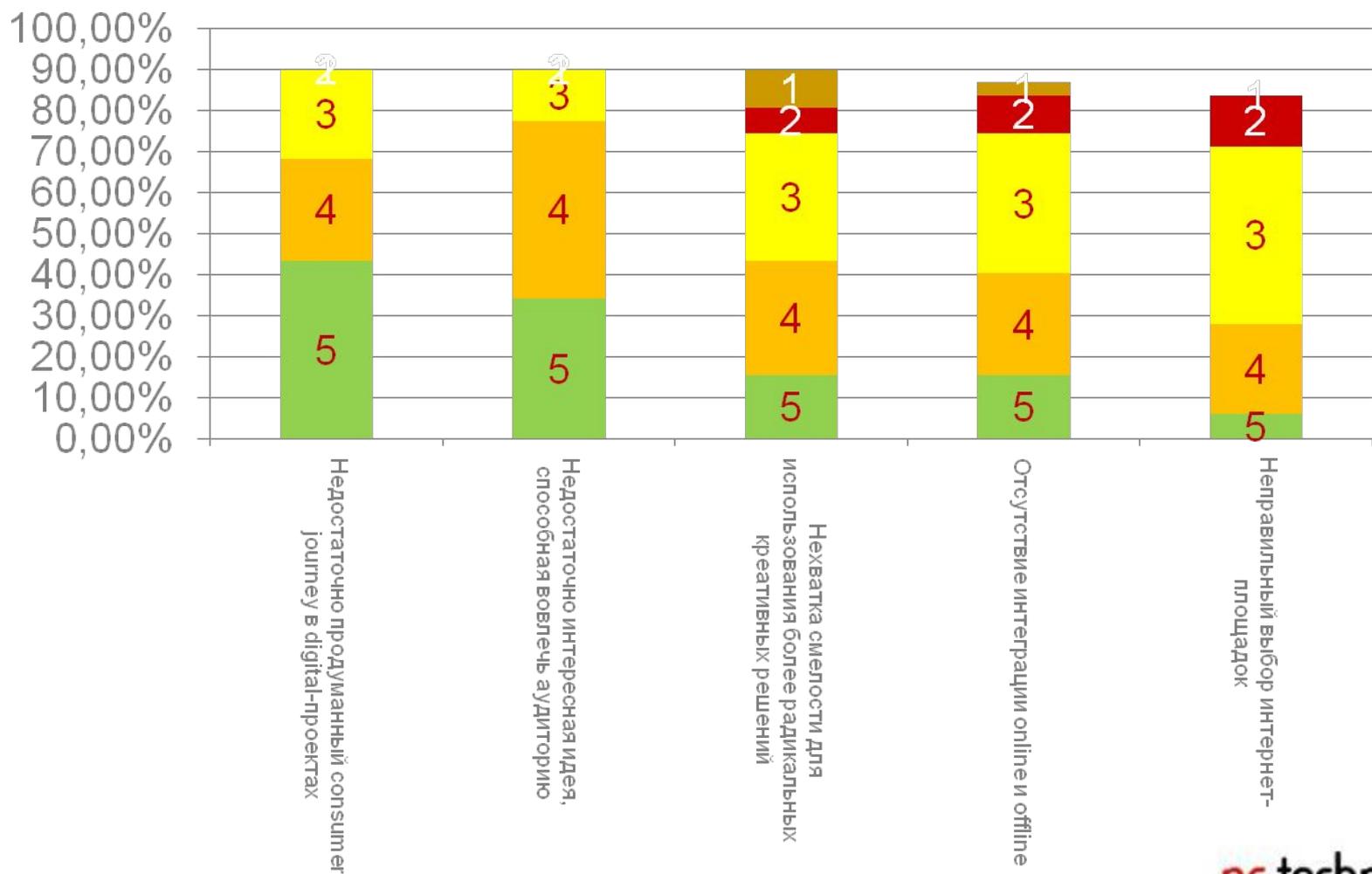
\*отсортировано по выставлению «пятерок»

# С чем, по-вашему, чаще всего связан «провал» digital-кампаний в России?

Средний балл (1 – минимальный; 5 – максимальный)

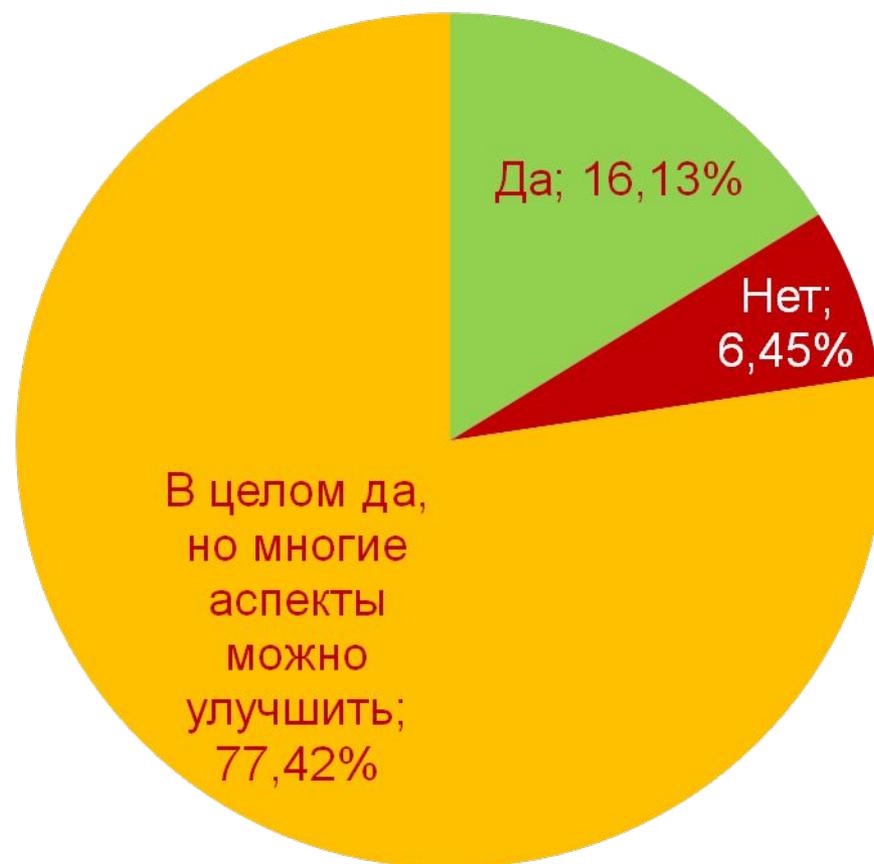


# С чем, по-вашему, чаще всего связан «провал» digital-компаний в России? (распределение баллов)



\*отсортировано по выставлению «пятерок»

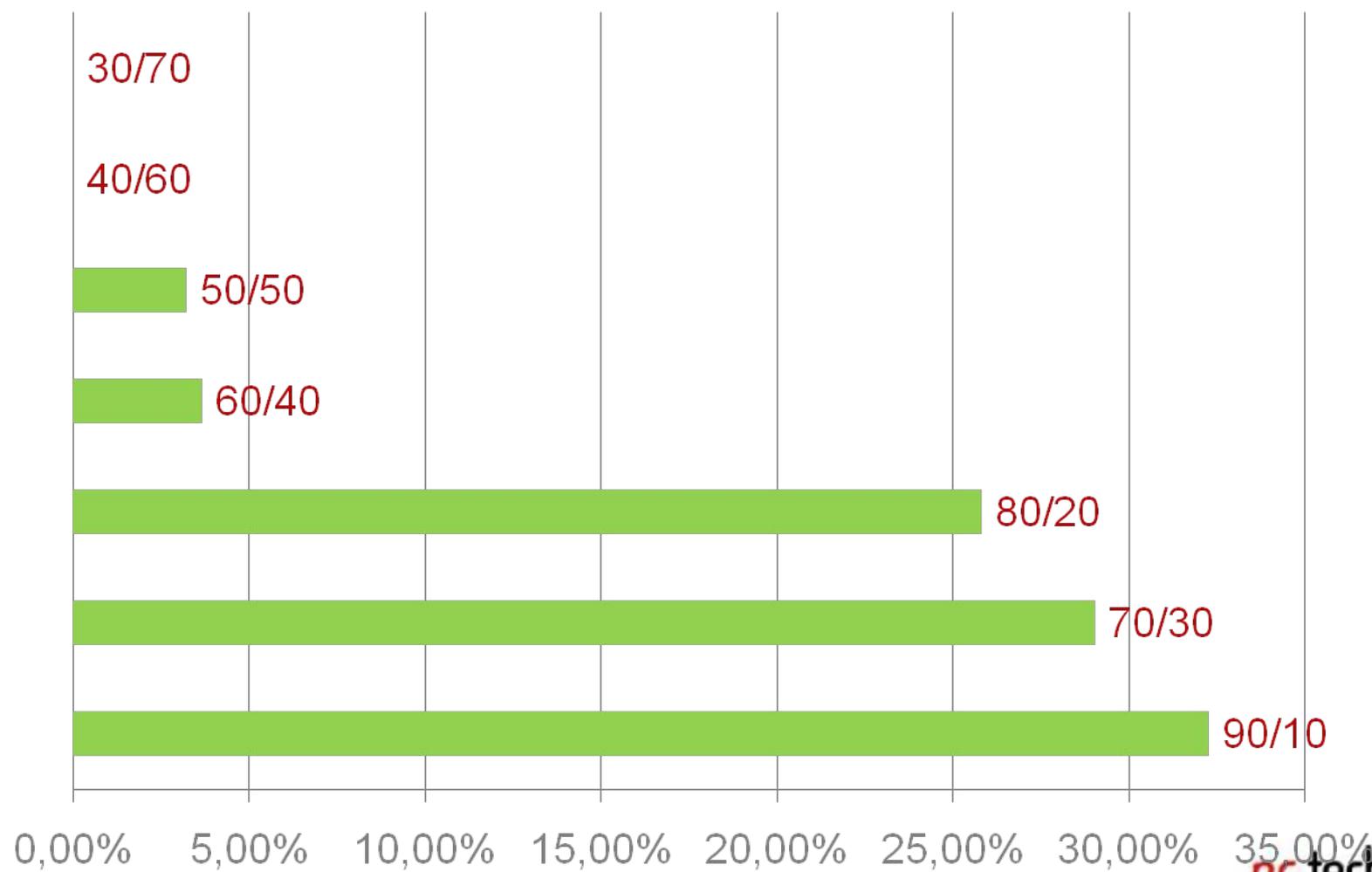
# Довольны ли вы текущим уровнем креативного потенциала вашей команды (Клиент+Агентства)



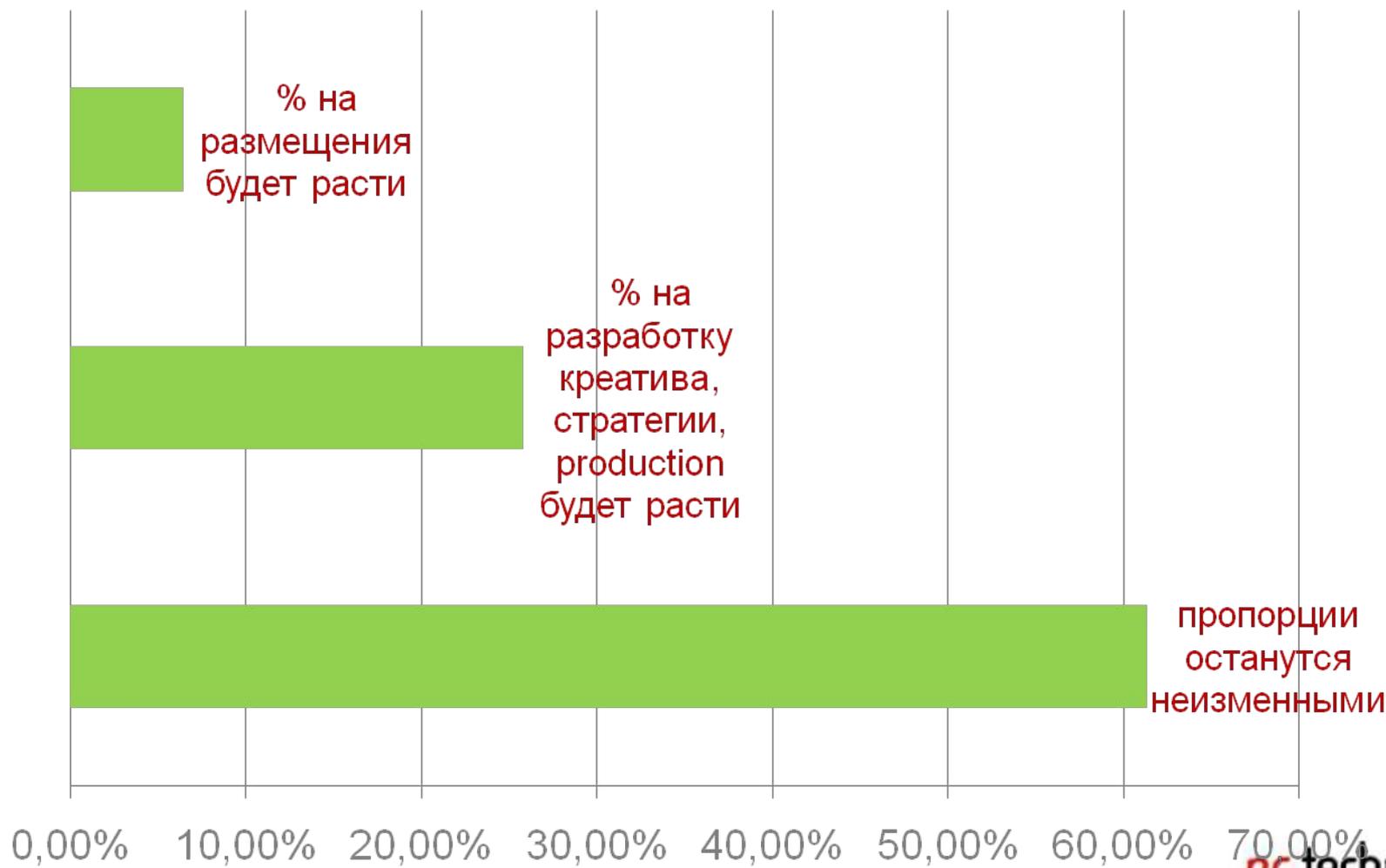
## Блок 3

# Инвестиции

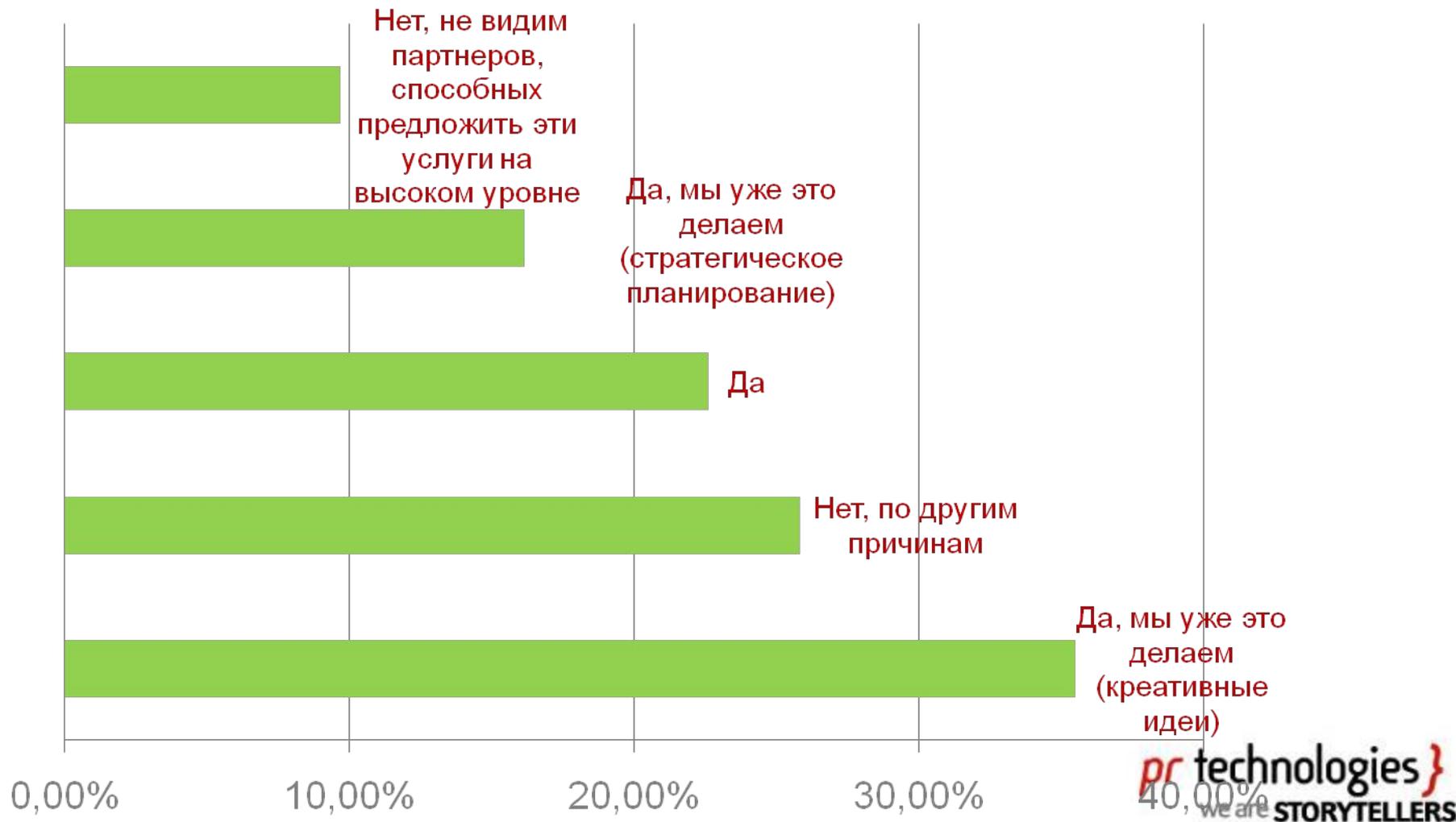
# Какой % бюджета вы аллокируете на медиаразмещения, а какой – на разработку стратегии, креатив, производство

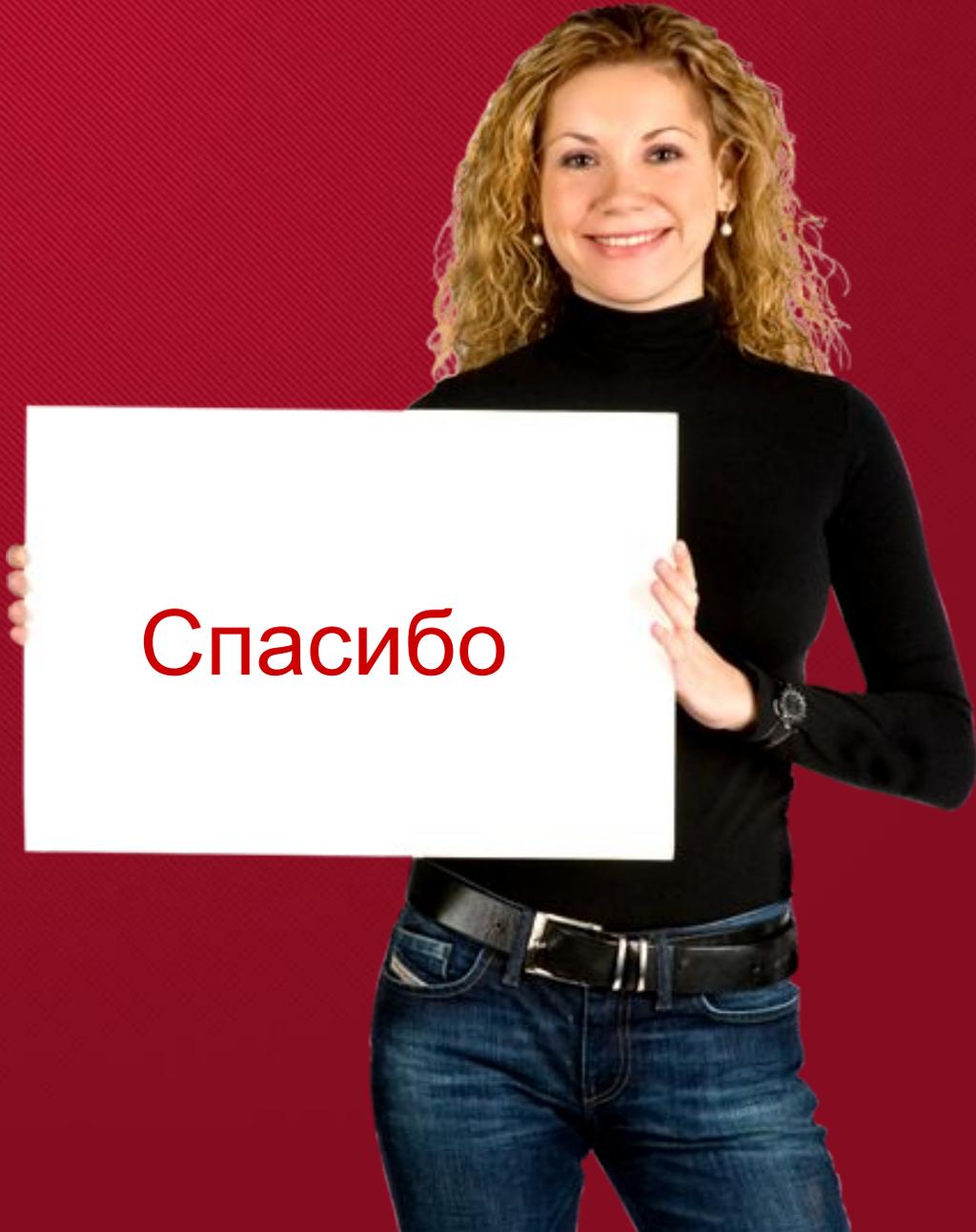


# Как в течение 2011 года будет меняться эта пропорция?



# Готовы ли вы покупать идеи Digital-проектов и услуги по стратегическому планированию отдельно от реализации





Спасибо