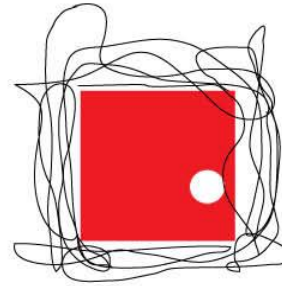


Έρευνα για Δαπάνη σε Digital Διαφημίσεις

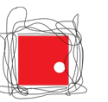


Σύνδεσμος Διαφημιζομένων Κύπρου



ΤΟ ΜΕΡΙΔΙΟ ΤΗΣ
DIGITAL
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ
ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΙΑΚΗ ΑΓΟΡΑ





Ταυτότητα Έρευνας



Η έρευνα αποσκοπεί στη διερεύνηση της διαφημιστικής δαπάνης του τομέα των Digital Media στην Κύπρο και αφορούσε στις δαπάνες του 2019 και στην εκτίμηση του 2020.

- Μέγεθος Δείγματος: Σύνολο 59 Επιτυχημένες συνεντεύξεις
 - Trade Distribution: 16
 - Finance/Insurance & Professional Services: 10
 - Telco: 4
 - Services (Accounting/Audit, Education, Gambling, Hospitality, Real estate, other): 12
 - Retail (Retail, Supermarkets, Home Retail, Automotive, Fuels): 17
- Γεωγραφική Κάλυψη Έρευνας: Παγκύπρια
- Δειγματοληψία: Στοχευόμενη Εξαντλητική Δειγματοληψία
- Μεθοδολογία συλλογής Πληροφοριών: Τηλεφωνική πρόσκληση συμμετοχής στην έρευνα και Αυτοσυμπλήρωση ερωτηματολογίου – CAWI (Computer Aided Web Interviews)
- Ερωτώμενος: Εταιρείες με digital διαφημιστική παρουσία (μέλη και μη του ΣΔΚ) στην Κύπρο
- Περίοδος Συλλογής Πληροφοριών: Ιούλιος – Νοέμβριος 2020
- Στατιστικές Αναλύσεις σε βάσεις κάτω των 60 ατόμων υπόκεινται σε μεγάλα στατιστικά λάθη και αναλύσεις σε βάσεις κάτω των 30 ατόμων παρουσιάζονται μόνο για ενδεικτικούς σκοπούς

Η Pulse Market Research είναι πλήρες μέλος των:

- ESOMAR (European Society of Opinion and Market Research)
- WAPOR (World Association of Public and Opinion Research)
- ΣΕΔΕΑΚ (Σύνδεσμος Εταιρειών Δημοσκοπήσεων και Έρευνας Αγοράς Κύπρου)
- MSPA (Mystery Shoppers Providers Association)



Εταιρείες που συμμετείχαν στην έρευνα



Trade Distribution

- A&P (Andreou & Paraskevaides) Enterprises Ltd
- Argosy Trading Company
- C.A. Papaellinas Ltd
- CCHBC (Coca-Cola HBC)
- Charalambides Christis
- Corina snacks Ltd
- Eureka Ltd
- IPH Iakovos Photiades Foodstuff Suppliers Ltd
- Kean Soft Drinks
- L. Zotiades Trading
- MPM Distributors Ltd
- P&P Ice Cream Group
- Photos Photiades Distributors
- Surefood Ltd
- Tempo Beverages Cyprus Ltd
- Tryfon Tseriotis

Finance, Insurance & Professional Services

- AstroBank Public Company Ltd
- Baker Tilly South East Europe
- Bank of Cyprus
- Eurolife
- EY Cyprus
- General Insurance of Cyprus
- KPMG
- Trust Insurance
- Universal Life
- Minerva Insurance

Telco

- Cyta
- Epic
- Cablenet Communications Systems
- Primetel

Services

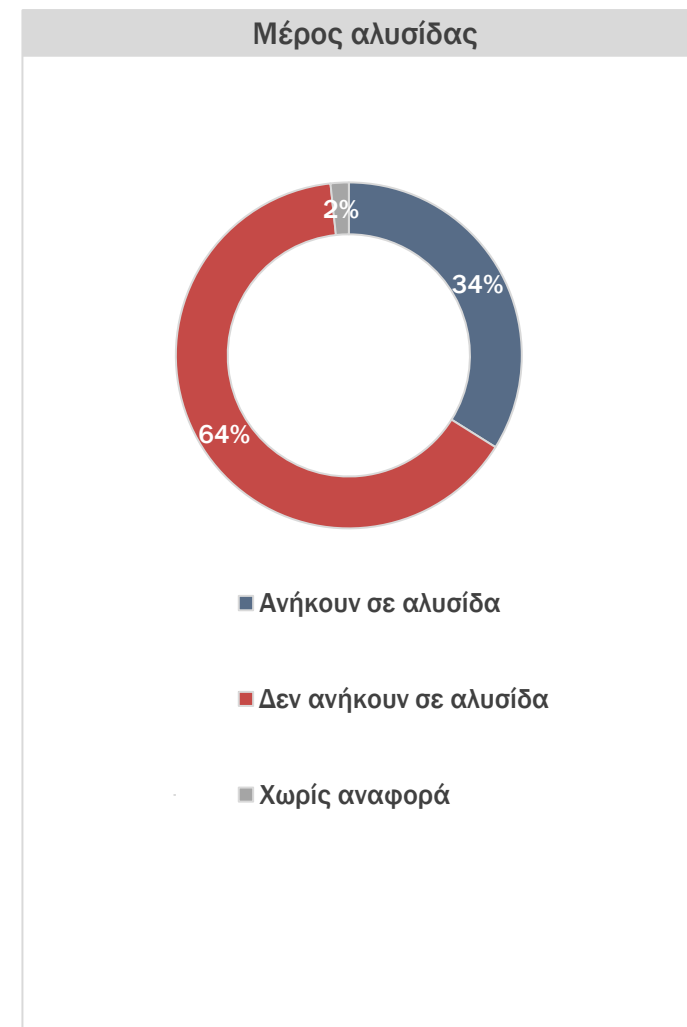
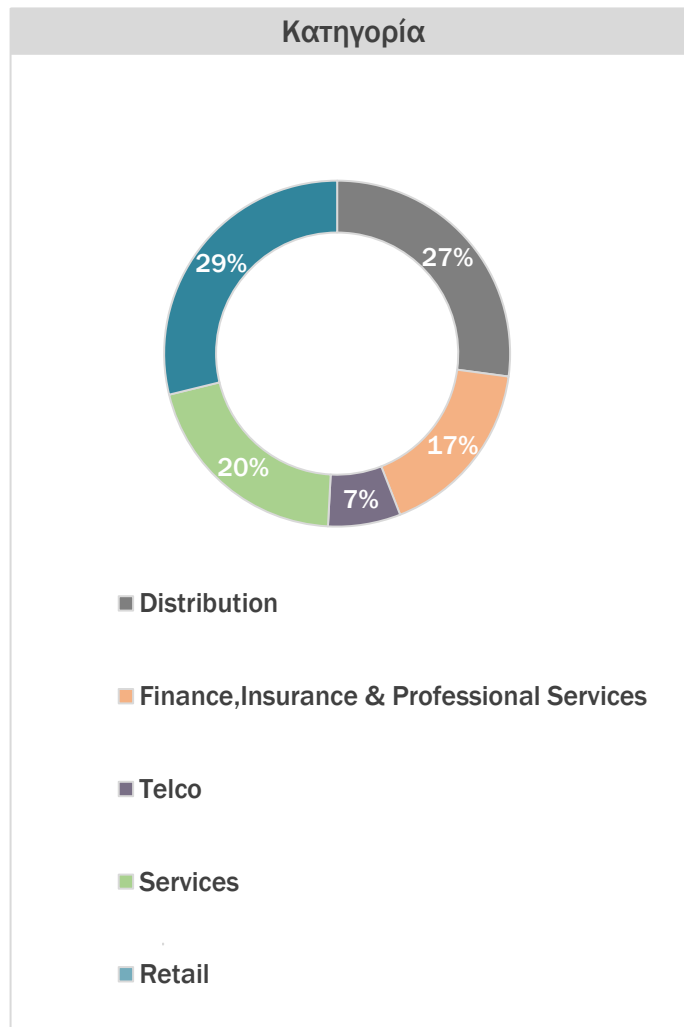
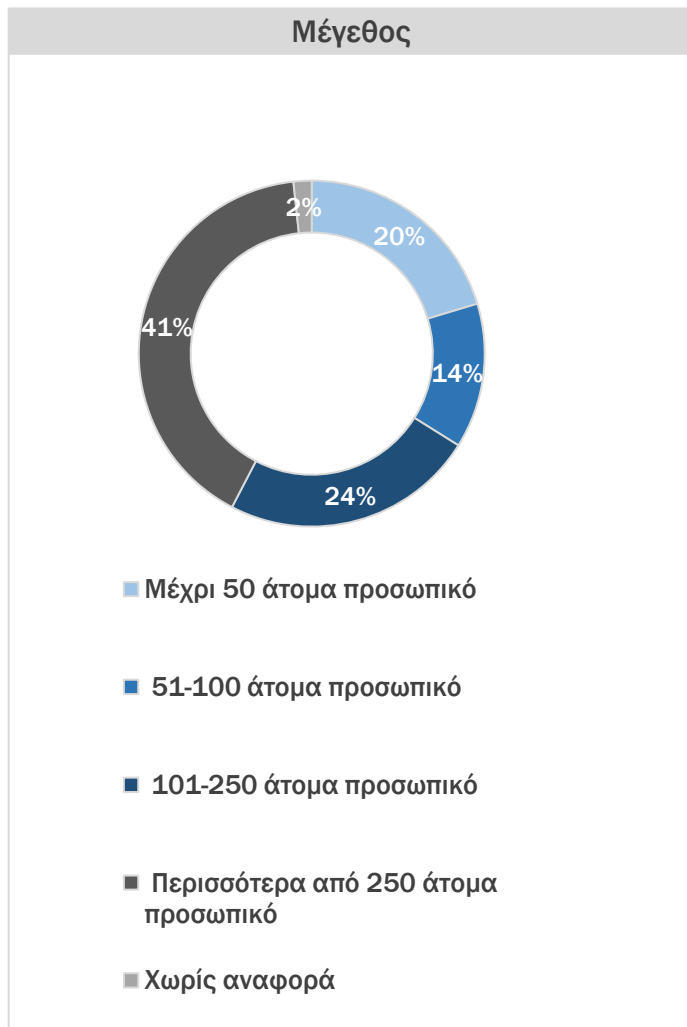
- Bet on Alfa Ltd
- BidX1
- Bolt
- Cleverpath Holdings Ltd (Megabet)
- Domenica Group
- Fox Smart Estate Agency
- Frederick University
- Logicom Public Ltd
- Oinou Strata
- P.A. College
- Pascal Education
- The Cyprus Institute of Marketing

Retail

- A. Zorbas & Sons
- Alphamega - C.A. Papaellinas Emporiki
- Bed & Bath (Afam Investments Ltd)
- Bo Concept (Delrock investments Ltd)
- Char. Pilakoutas Group
- CiC Mercedes-Benz
- EKO - Hellenic Petroleum Cyprus Ltd
- Gevorest
- Intersport Cyprus
- Mangas Home Improvement
- Metro Foods Trading Ltd
- OJO Sunglasses
- Papantoniou Supermarkets
- Poltronesofa
- Symeonides Fashion House Ltd
- The Mall of Cyprus (MC) Plc
- Unicars

Προφίλ Δείγματος

Σύνολο



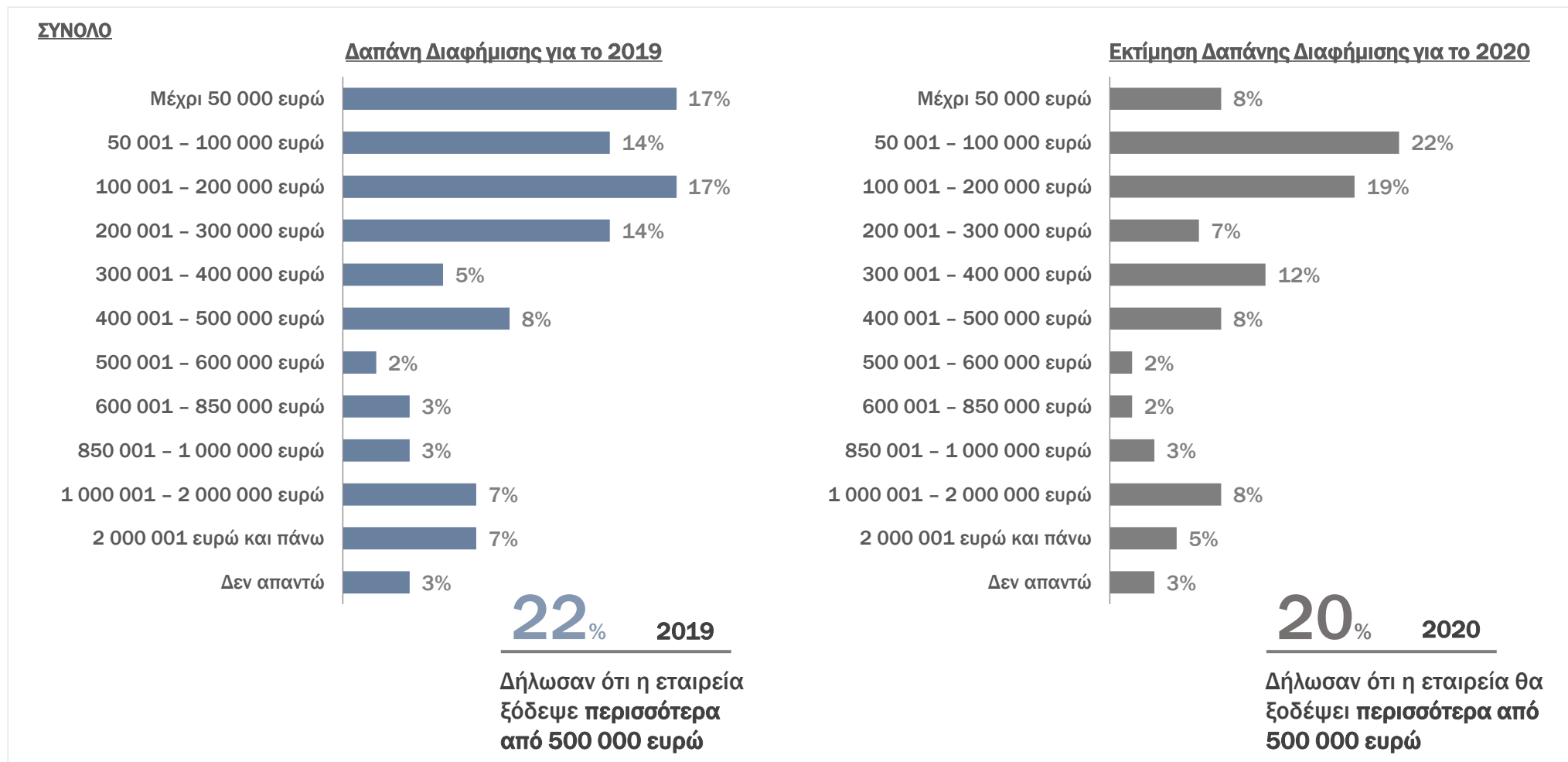


Δαπάνη σε Διαφήμιση σε όλα τα ΜΜΕ

Δαπάνη σε διαφήμιση σε όλα τα ΜΜΕ 2019-2020 (1)



Σύνολο



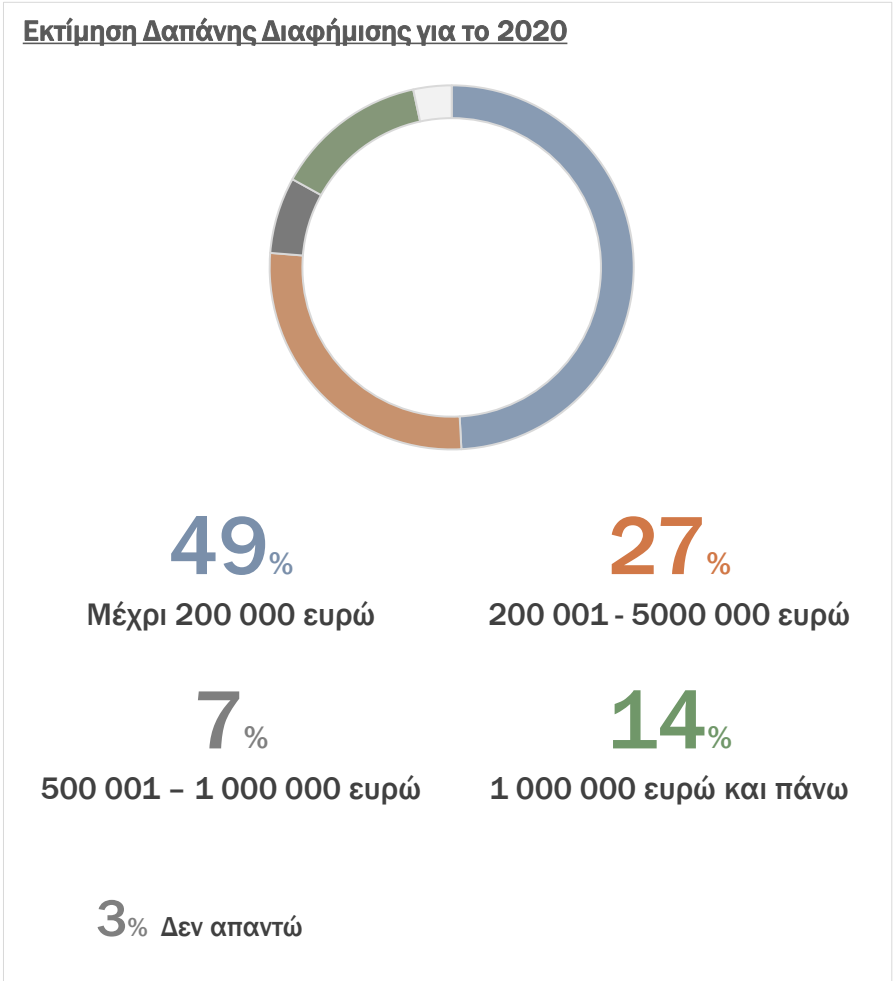
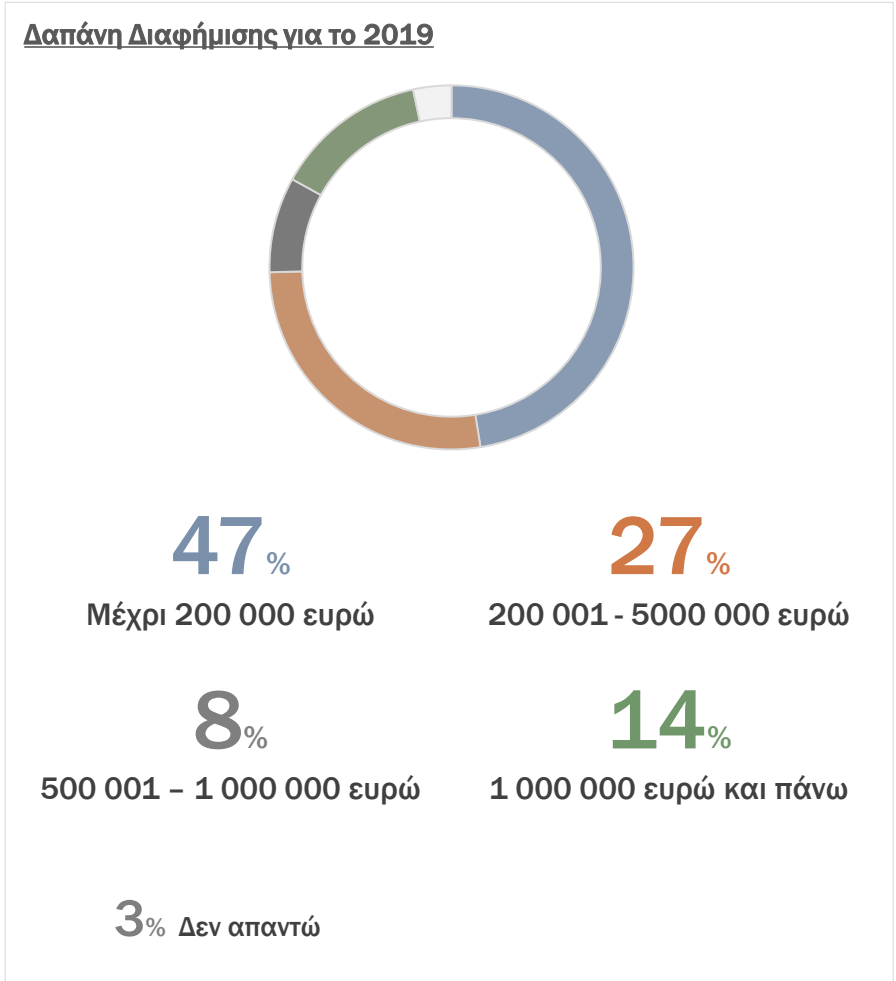
Ερώτηση: Q1A. Πόσα έχει ξοδέψει συνολικά η εταιρεία σας για διαφημίσεις το 2019 σε όλα τα ΜΜΕ;

Ερώτηση: Q1B. Πόσα εκτιμάτε ότι θα ξοδέψει συνολικά η εταιρεία σας για διαφημίσεις το 2020 σε όλα τα ΜΜΕ;

Δαπάνη σε διαφήμιση σε όλα τα ΜΜΕ 2019-2020 (2)

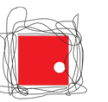


Σύνολο



Στις μέσες τιμές εύρους υπολογίζεται μέση μείωση στη δαπάνη της διαφήμισης **3%** από το 2019 στο 2020.
Στις μετακινήσεις των μέσων τιμών υπολογίζεται μείωση στη δαπάνη της διαφήμισης **6%** από το 2019 στο 2020.

Μείωση στη δαπάνη της διαφήμισης: 3%-6%



Δαπάνη σε Digital Διαφήμιση

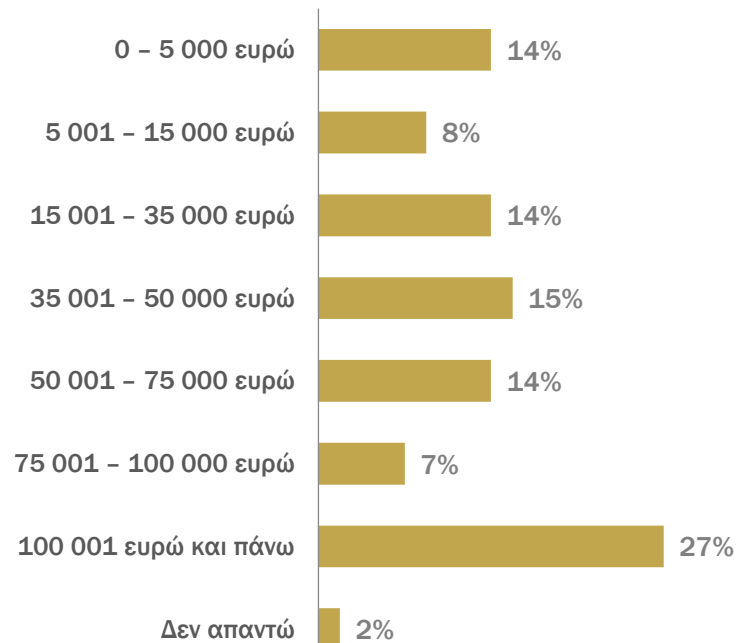
Δαπάνη σε digital διαφήμιση 2019-2020 (1)



Σύνολο

ΣΥΝΟΛΟ

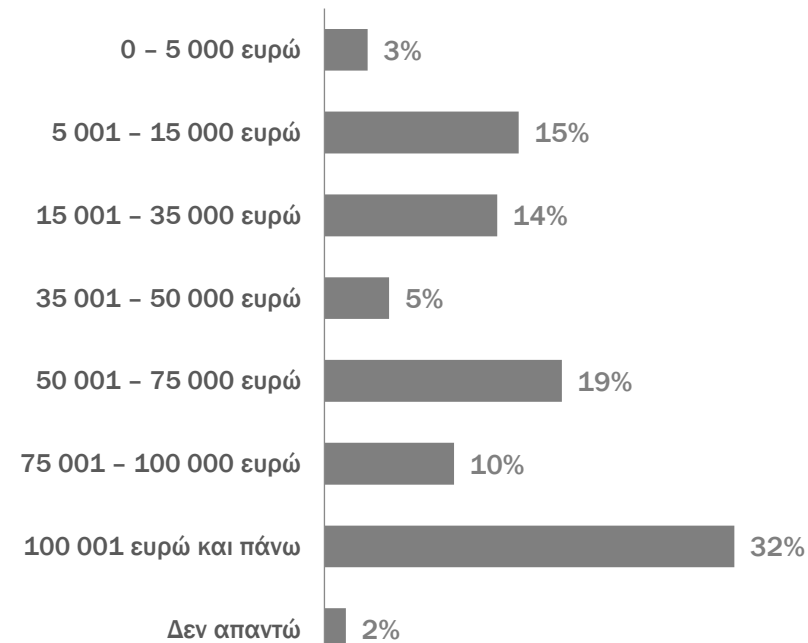
Δαπάνη Digital Διαφήμισης για το 2019



47% 2019

Δήλωσαν ότι η εταιρεία
ξόδεψε περισσότερα
από 50 000 ευρώ

Εκτίμηση Δαπάνης Digital Διαφήμισης για το 2020



61% 2020

Δήλωσαν ότι η εταιρεία θα
ξοδέψει περισσότερα από
50 000 ευρώ

Ερώτηση: Q2A. Παρακαλώ σημειώστε το ποσό που ξόδεψε η εταιρεία σας το 2019 σε digital διαφήμιση;

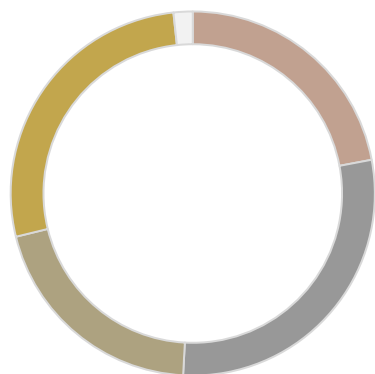
Ερώτηση: Q2B. Παρακαλώ σημειώστε το ποσό που εκτιμάτε ότι θα ξοδέψει η εταιρεία σας το 2020 σε digital διαφήμιση;

Δαπάνη σε digital διαφήμιση 2019-2020 (2)

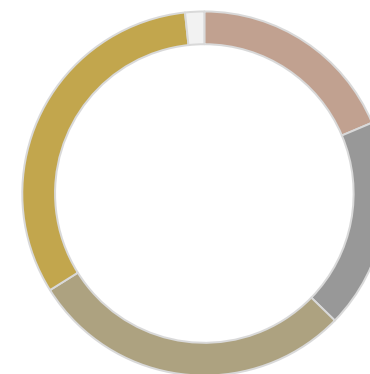


Σύνολο

Δαπάνη Digital Διαφήμισης για το 2019



Εκτίμηση Δαπάνης Digital Διαφήμισης για το 2020



Στις μέσες τιμές εύρους υπολογίζεται μέση αύξηση στη δαπάνη της digital διαφήμισης **14%** από το 2019 στο 2020.
Στις μετακινήσεις των μέσων τιμών υπολογίζεται αύξηση στη δαπάνη της digital διαφήμισης πάλι **14%** από το 2019 στο 2020.
Αύξηση στη δαπάνη της digital διαφήμισης: 14%

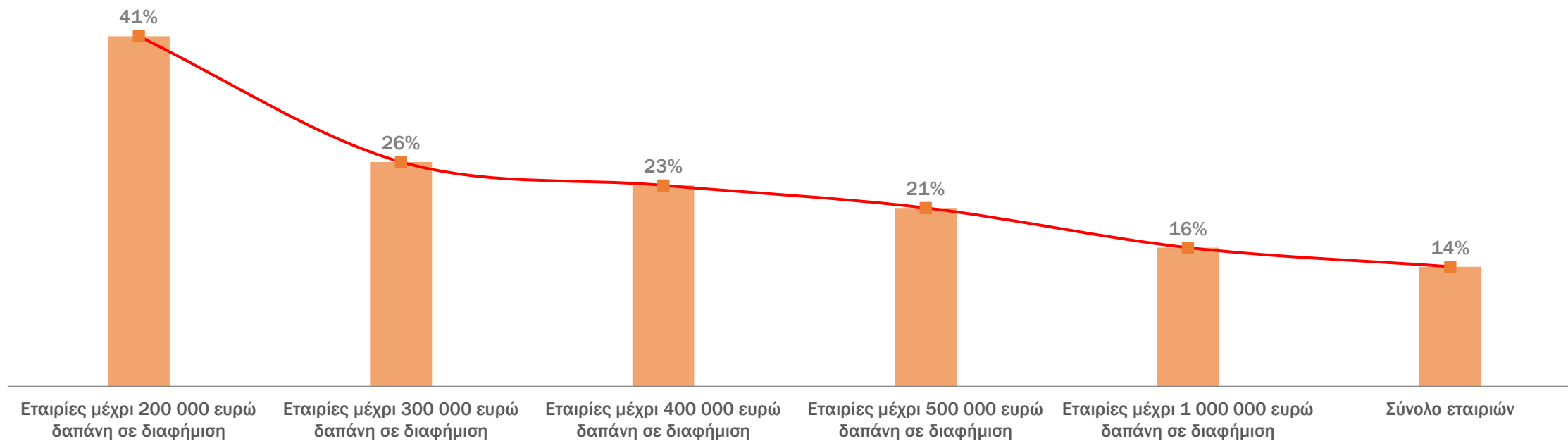
Το **μερίδιο της digital διαφήμισης** στο σύνολο της διαφημιστικής επένδυσης υπολογίζεται στο **12%** για το 2019 ενώ το 2020 εκτιμάται στο **14%**.

Αύξηση Δαπάνης σε digital διαφήμιση 2019-2020 (3)



Σύνολο

Πιο κάτω παρουσιάζεται η αύξηση της δαπάνης της digital διαφήμισης από το 2019 στο 2020 ανά μέγεθος επένδυσης στη διαφήμιση της εταιρίας για το 2019



Κατανομή εταιριών στο δείγμα ανά μέγεθος επένδυσης στη διαφήμιση το 2019

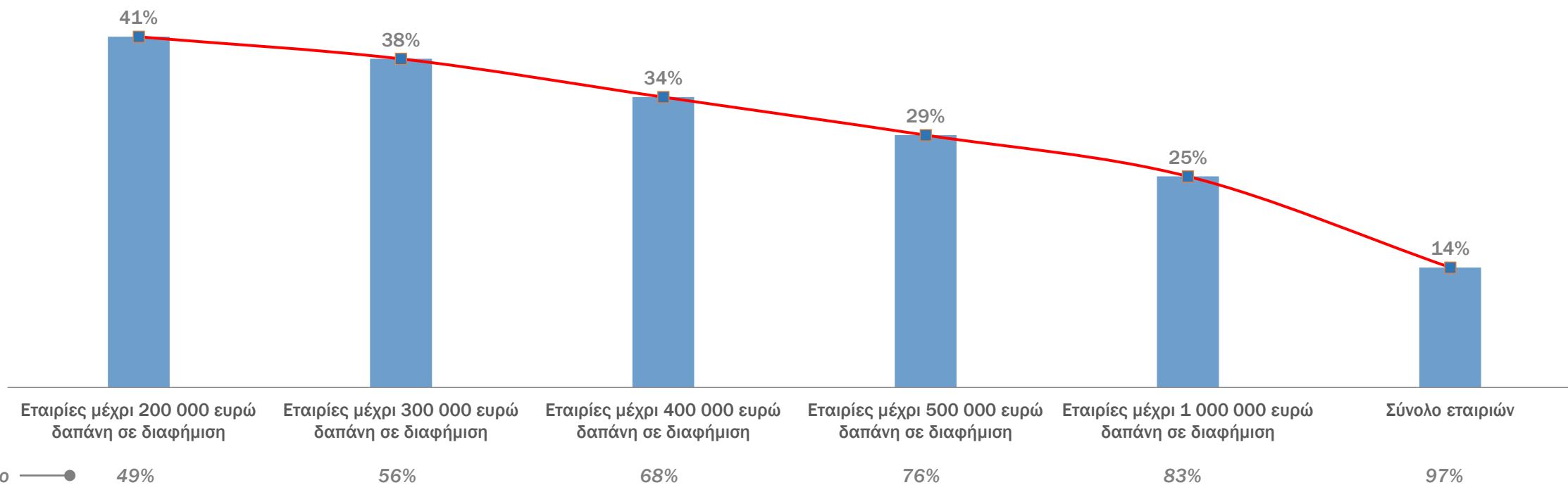


Μερίδιο Δαπάνης σε digital διαφήμιση 2020



Σύνολο

Πιο κάτω παρουσιάζεται το μερίδιο της δαπάνης της digital διαφήμισης το 2020 ανά μέγεθος επένδυσης (εκτίμηση επένδυσης) στη διαφήμιση της εταιρίας για το 2020



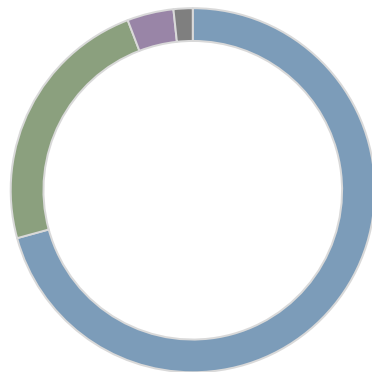


Κατανομή Δαπάνης ανά είδος Digital Διαφήμισης

Δαπάνη Digital Διαφήμισης σε Media, Production & Agency Fee και Influencer's Investment

Σύνολο

Κατανομή Δαπάνης Digital Διαφήμισης για το 2019



71%

Media

23%

Productions &
Agency Fee

4%

Influencer's
Investment

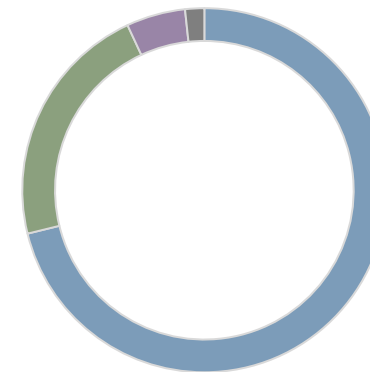
2% Χωρίς αναφορά

Σύγκριση με 2015:

Media: 74%

Productions & Agency Fee: 26%

Εκτίμηση Κατανομής Δαπάνης Digital Διαφήμισης για το 2020



71%

Media

22%

Productions &
Agency Fee

5%

Influencer's
Investment

2% Χωρίς αναφορά

Σύγκριση με 2016:

Media: 74%

Productions & Agency Fee: 26%

Ερώτηση: Q3. Για το ποσό που ξοδεύτηκε σε digital διαφήμιση το 2019 και για το ποσό που εκτιμάτε ότι θα ξοδευτεί σε digital διαφήμιση το 2020, παρακαλώ καταγράψτε το ποσοστό που αντιστοιχεί σε Media, σε Productions & Agency Fee και σε Influencers.



- **Display Campaigns**: περιλαμβάνει διάφορα είδη banners (με/χωρίς κίνηση, ήχο), interstitials, skins, takeovers, buttons, mouseovers, κ.λπ. Περιλαμβάνει επίσης όλων των ειδών τα banners σε mobile apps.
- **Search Campaigns**, όπου κάνοντας search π.χ. στο Google, εμφανίζεται η διαφήμιση σε κείμενο.
- **Video Campaigns**, το οποίο συνήθως παρουσιάζεται πριν, κατά τη διάρκεια ή μετά από ένα online video stream, ή εντός ενός άρθρου.
- **Social Media Campaigns**: οποιοδήποτε είδος διαφήμισης εμφανίζεται σε περιβάλλον και μέσω πλατφόρμας των κοινωνικών δικτύων. Περιλαμβάνει video ads, boosted posts, stories, Messages, Lead campaigns, InMail κτλ.
- **Owned Digital Assets**: περιλαμβάνει το κόστος διαχείρισης όλων των μέσων που ανήκουν σε ένα διαφημιζόμενο και αφορούν είτε εταιρική είτε προϊοντική παρουσία όπως websites, social media pages, newsletters, blogs, mobile apps κλπ.
- **Native Campaigns**: περιλαμβάνει διαφημίσεις που εμφανίζονται υπό τη μορφή περιεχομένου σε άλλες ιστοσελίδες (όπως text ads εντός άρθρου, native ads ή άλλη μορφή) ή πληρωμένη δημιουργία περιεχομένου σε μορφή άρθρου κ.λπ.
- **Influencer Marketing**: Κόστος/αμοιβή για χρήση ατόμων με διαδικτυακή επιρροή για σκοπούς προώθησης προϊόντων/υπηρεσιών.

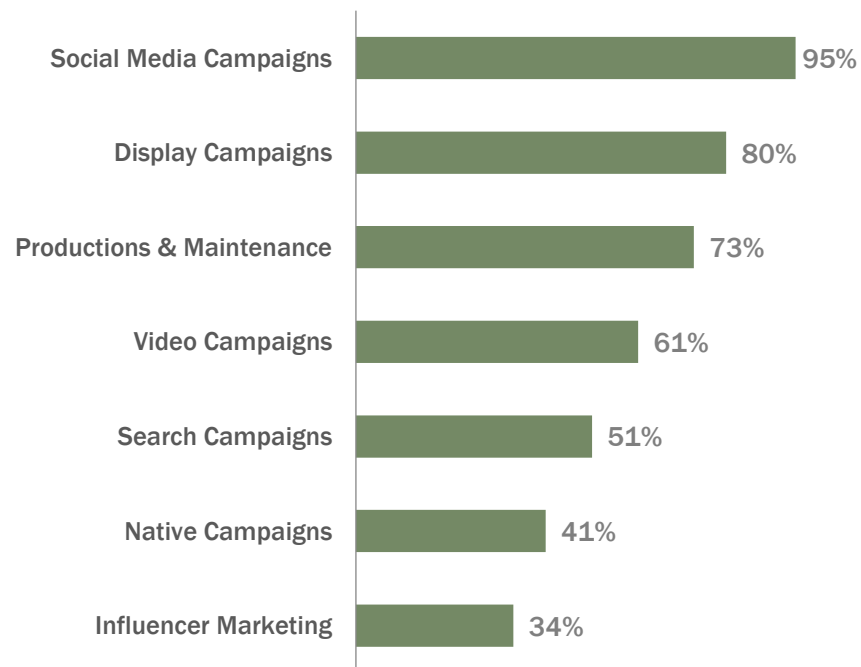
Χρήστες Digital Διαφήμισης ανά είδος 2019-2020



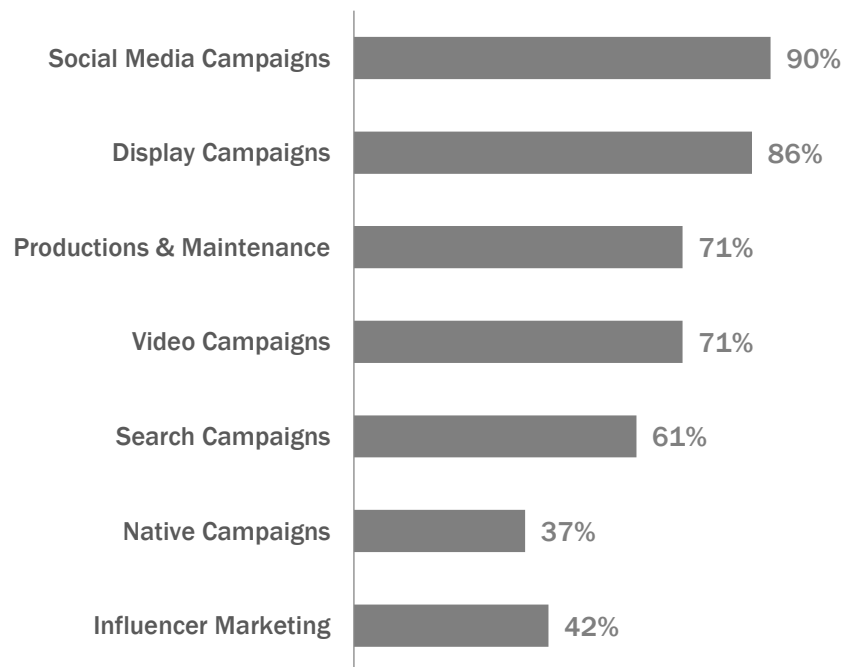
Σύνολο (στον πληθυσμό)

ΣΥΝΟΛΟ

Χρήση ανά είδος της Digital Διαφήμισης για το 2019



Εκτίμηση χρήσης ανά είδος της Digital Διαφήμισης για το 2020



Ερώτηση: Q4A. Μπορείτε να σημειώσετε το ποσοστό (%) που αντιστοιχεί για κάθε είδος digital διαφήμισης για το 2019;

Q4B. Μπορείτε να σημειώσετε το ποσοστό (%) που αντιστοιχεί για κάθε είδος digital διαφήμισης για το 2020;

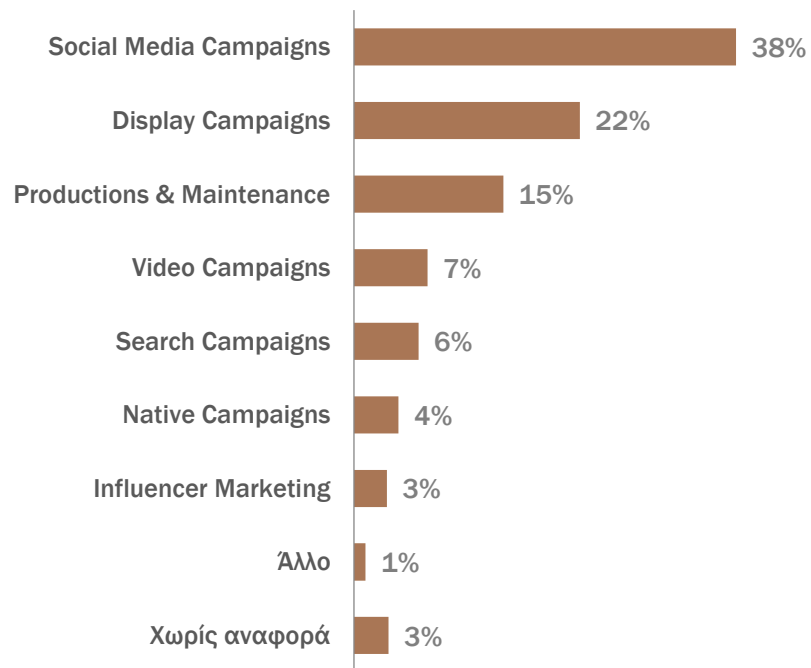
Κατανομή δαπάνης Digital Διαφήμισης ανά είδος 2019-2020



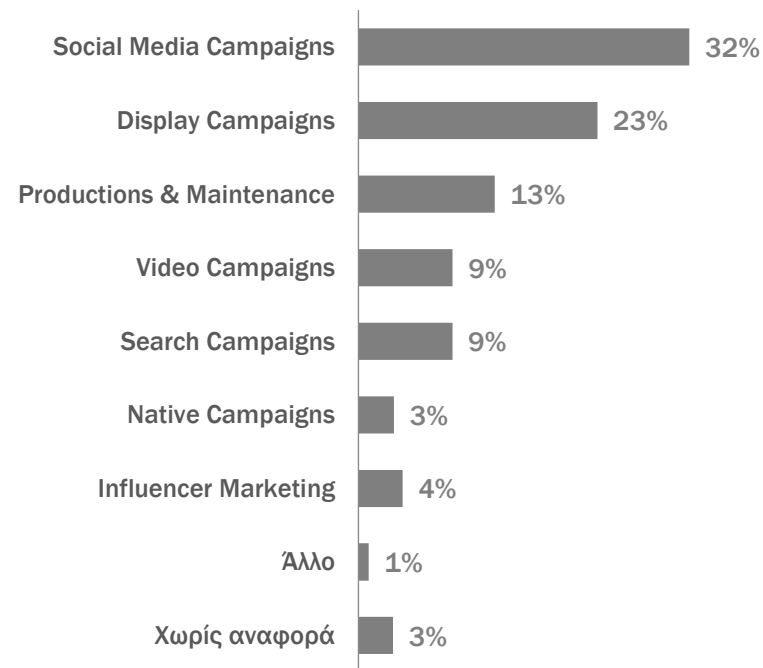
Σύνολο (στον πληθυσμό)

ΣΥΝΟΛΟ

Κατανομή Δαπάνης Digital Διαφήμισης για το 2019

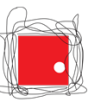


Εκτίμηση Ποσοστού Δαπάνης Digital Διαφήμισης για το 2020



Ερώτηση: Q4A. Μπορείτε να σημειώσετε το ποσοστό (%) που αντιστοιχεί για κάθε είδος digital διαφήμισης για το 2019;

Q4B. Μπορείτε να σημειώσετε το ποσοστό (%) που αντιστοιχεί για κάθε είδος digital διαφήμισης για το 2020;



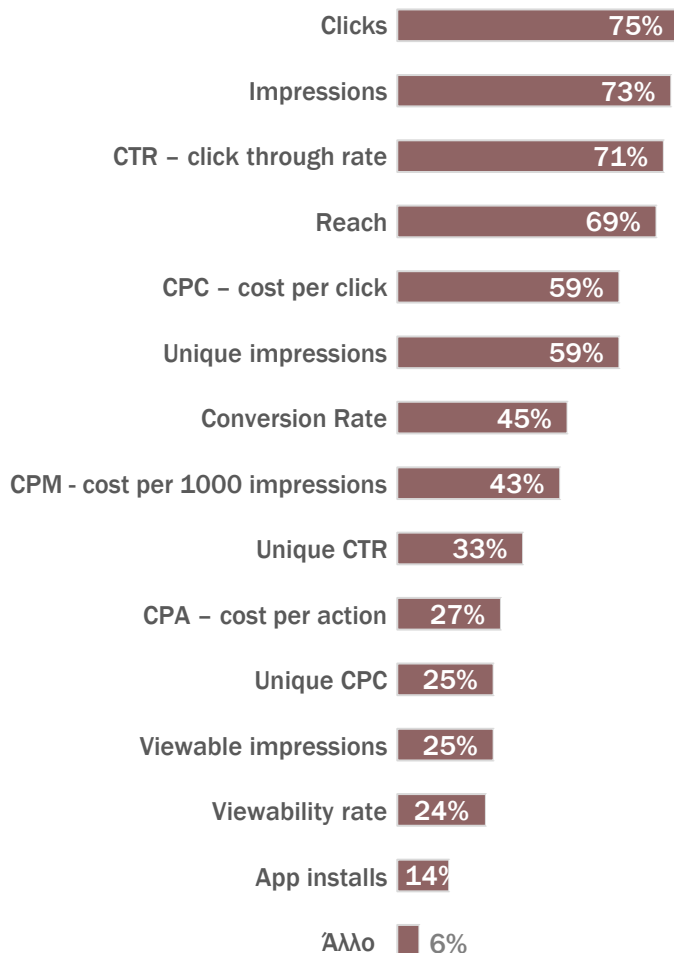
Είδη Metrics

Είδη metrics για μέτρηση της αποτελεσματικότητας (1)

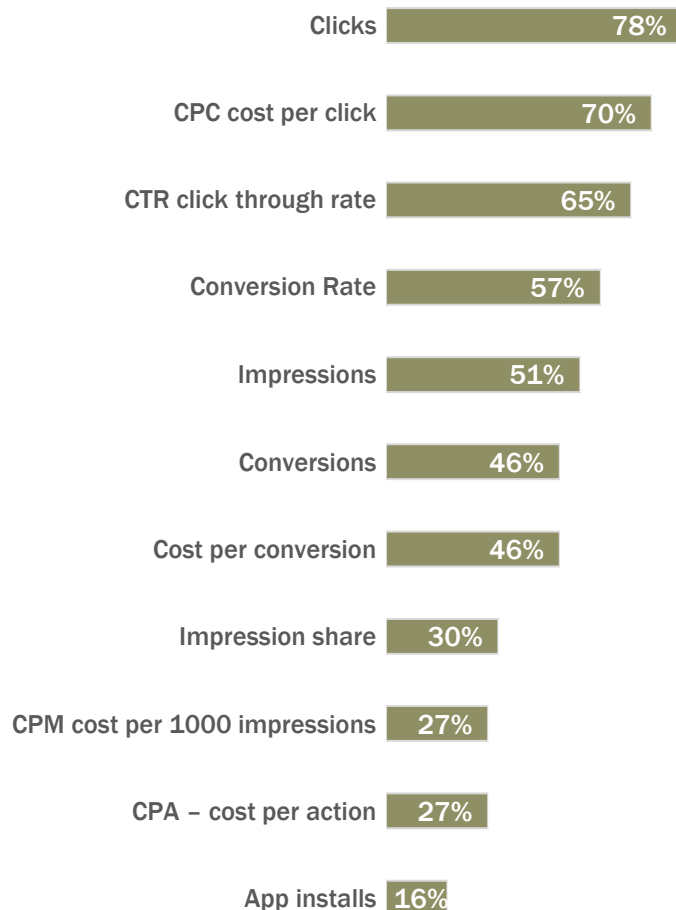


Βάση: Όσοι δήλωσαν ότι χρησιμοποίησαν ... το 2019 ή εκτιμούν ότι θα χρησιμοποιήσουν το 2020

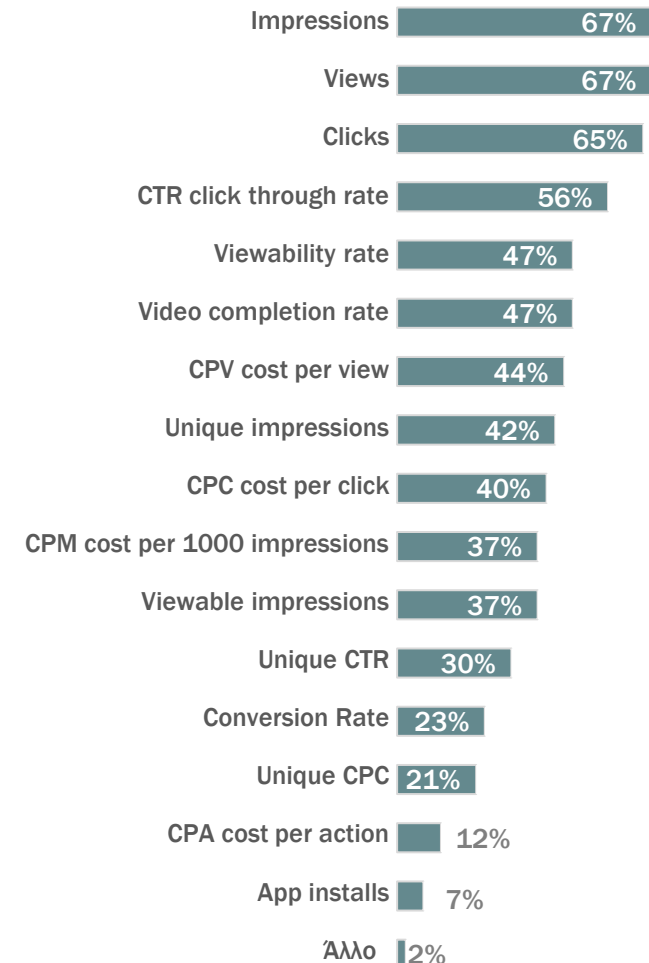
Display Campaigns



Search Marketing Campaigns



Video Campaigns

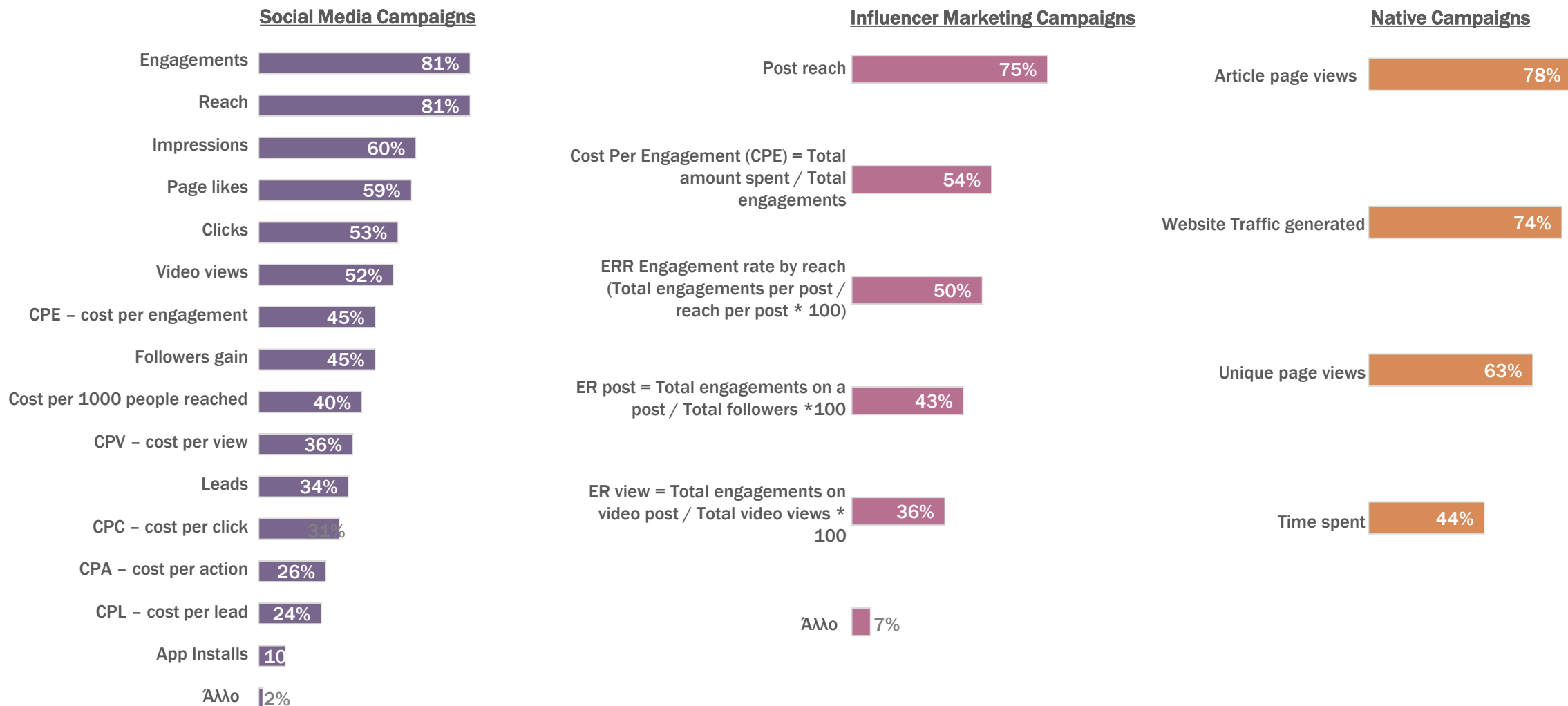


Ερώτηση: Q9. Ποια από τα ακόλουθα metrics γιαχρησιμοποιεί συνήθως η εταιρεία σας για να μετρήσει την αποτελεσματικότητα της επένδυσής της;

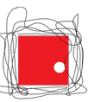
Είδη metrics για μέτρηση της αποτελεσματικότητας (2)



Βάση: Όσοι δήλωσαν ότι χρησιμοποίησαν ... το 2019 ή εκτιμούν ότι θα χρησιμοποιήσουν το 2020



Ερώτηση: Q9. Ποια από τα ακόλουθα metrics για χρησιμοποιεί συνήθως η εταιρεία σας για να μετρήσει την αποτελεσματικότητα της επένδυσής της;



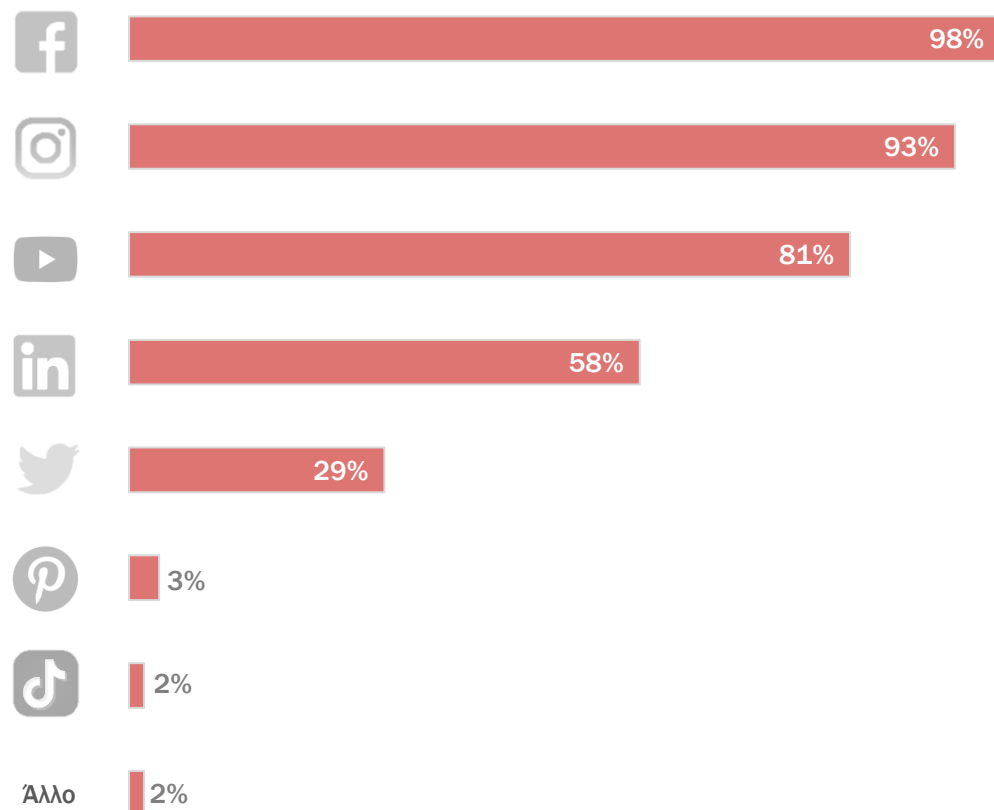
Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Μέσα κοινωνικής δικτύωσης

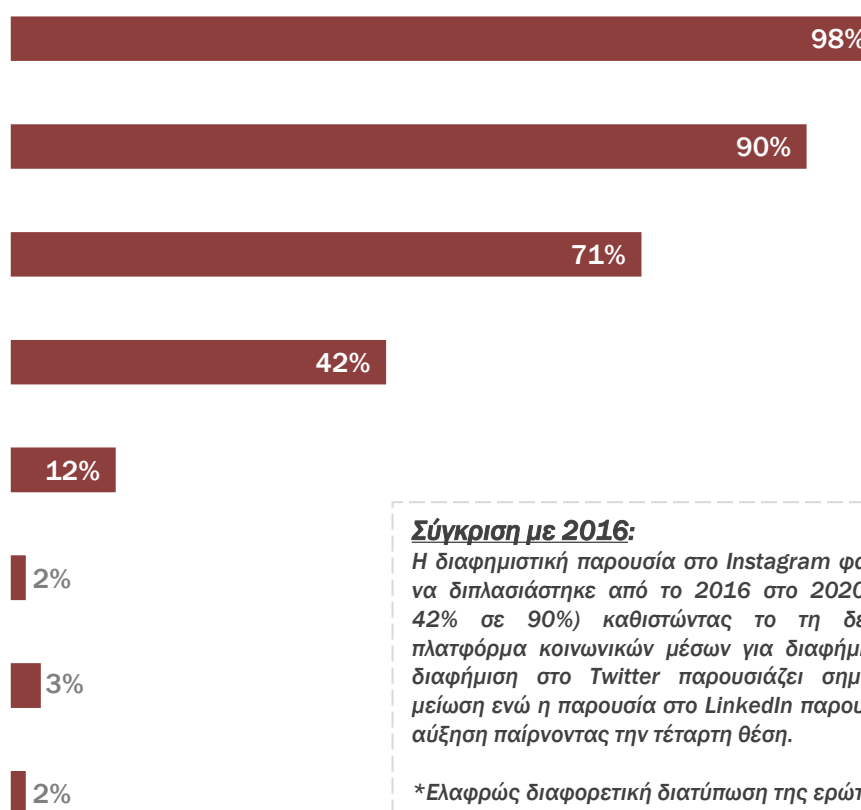
Σύνολο

ΣΥΝΟΛΟ

Κατοχή λογαριασμού



Διαφημιστική παρουσία



Σύγκριση με 2016:

Η διαφημιστική παρουσία στο Instagram φαίνεται να διπλασιάστηκε από το 2016 στο 2020 (από 42% σε 90%) καθιστώντας το τη δεύτερη πλατφόρμα κοινωνικών μέσων για διαφήμιση. Η διαφήμιση στο Twitter παρουσιάζει σημαντική μείωση ενώ η παρουσία στο LinkedIn παρουσιάζει αύξηση παίρνοντας την τέταρτη θέση.

*Ελαφρώς διαφορετική διατύπωση της ερώτησης

Ερώτηση: Q6. Σε ποια μέσα κοινωνικής δικτύωσης διαθέτει η εταιρεία σας σελίδες που διαχειρίζεστε τοπικά –είτε ως εταιρεία, είτε με brands που εμπορεύεστε, κλπ.;

Q7. Σε ποια μέσα κοινωνικής δικτύωσης διαφημίζεται η εταιρεία σας –είτε ως εταιρεία, είτε με brands που εμπορεύεστε, κλπ.;



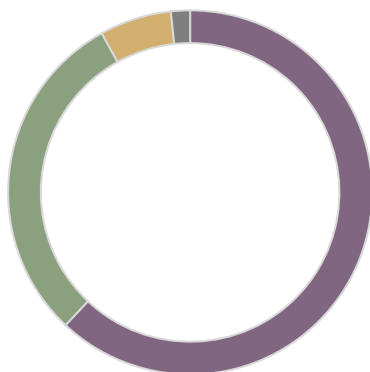
Διαφημιστικές Εκστρατείες με Digital Media

Κατανομή και Βαθμός digital διαφήμισης στις διαφημιστικές εκστρατείες

Σύνολο

ΣΥΝΟΛΟ

Κατανομή διαφημιστικών εκστρατειών σε σχέση με τα digital media



62%

% διαφημιστικών εκστρατειών που είχαν και digital media

30%

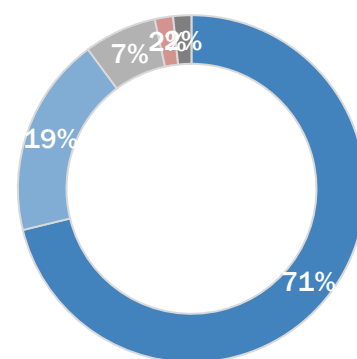
% διαφημιστικών εκστρατειών μόνον με digital media

6%

% διαφημιστικών εκστρατειών που δεν είχαν digital media

2% Χωρίς αναφορά

Βαθμός στον οποίο η digital διαφήμιση αποτελεί αναπόσπαστο μέρος στις διαφημιστικές εκστρατείες



- 5-Μέγιστος βαθμός
- 4
- 3
- 2
- 1- Ελάχιστος βαθμός
- Δεν απαντώ

90%

Δήλωσαν ότι η digital διαφήμιση αποτελεί αναπόσπαστο μέρος του promotional mix των διαφημιστικών εκστρατειών της εταιρείας τους σε μεγάλο βαθμό (4-5)

Σύγκριση με 2016:

Παρουσιάζεται αύξηση της τάξης του 15% σε αυτούς που δηλώνουν ότι η digital διαφήμιση αποτελεί σε μεγάλο βαθμό (4-5) αναπόσπαστο μέρος του promotional mix των διαφημιστικών εκστρατειών της εταιρείας τους.

Ερώτηση: Q11. Παρακαλώ συμπληρώστε τον παρακάτω πίνακα, γράφοντας τα ποσοστά για κάθε περίπτωση.

Q10. Σε ποιο βαθμό η digital διαφήμιση αποτελεί αναπόσπαστο μέρος του promotional mix των διαφημιστικών εκστρατειών της εταιρείας σας; Επιλέξτε με βάση την κλίμακα 1 ως 5, όπου 1 είναι ο χαμηλότερος βαθμός και 5 ο ψηλότερος

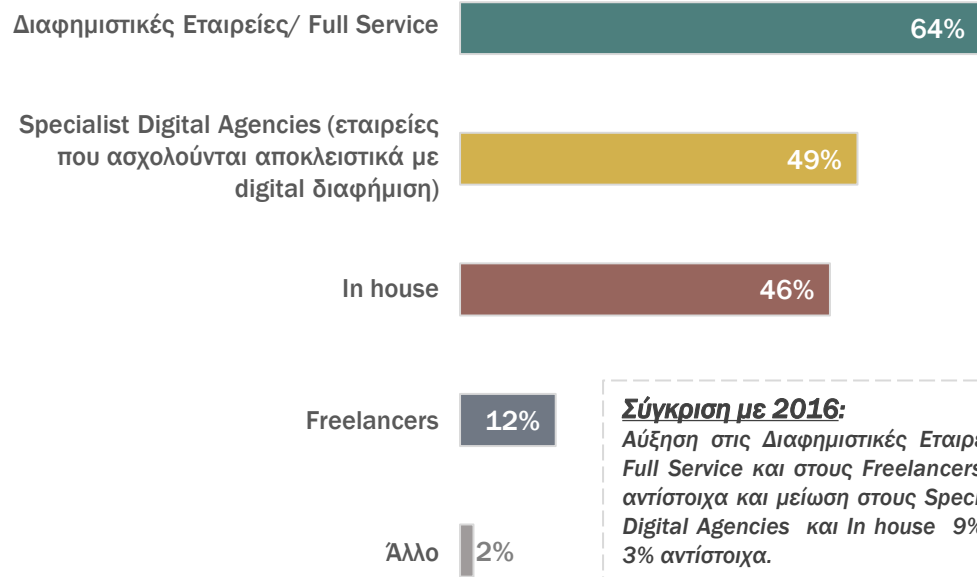
Συνεργασία εταιρείας και Κατάταξη στόχων στα digital media



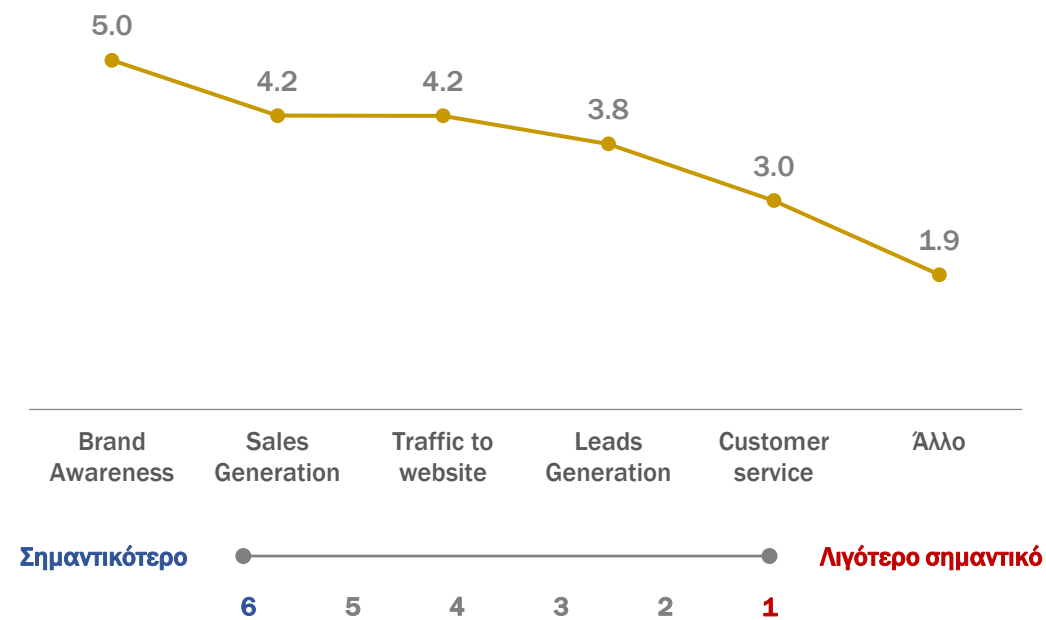
Σύνολο

ΣΥΝΟΛΟ

Συνεργασία εταιρείας για digital media

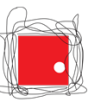


Κατάταξη στόχων εκστρατειών στα digital media (Μέσος Όρος)



Ερώτηση: Q12. Με ποιους από τους ακόλουθους συνεργάζεσαι η εταιρεία σας για digital διαφήμιση; Μπορείτε να επιλέξετε όσες επιλογές εφαρμόζεται.

Q8. Παρακαλώ ιεραρχήστε με σειρά προτεραιότητας από πλευράς σημασίας, τους στόχους των εκστρατειών της εταιρείας σας, στα digital media. Παρακαλώ ξεκινήστε από το σημαντικότερο.



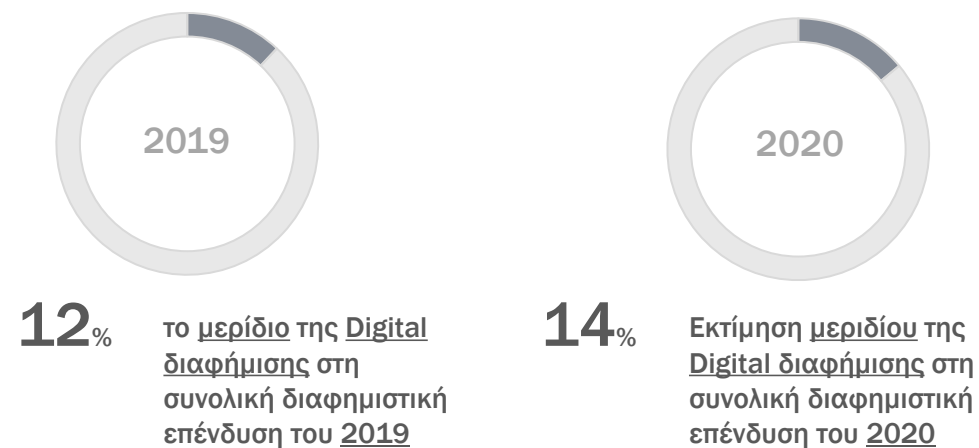
Σύνοψη Αποτελεσμάτων

Σύνοψη αποτελεσμάτων (1)

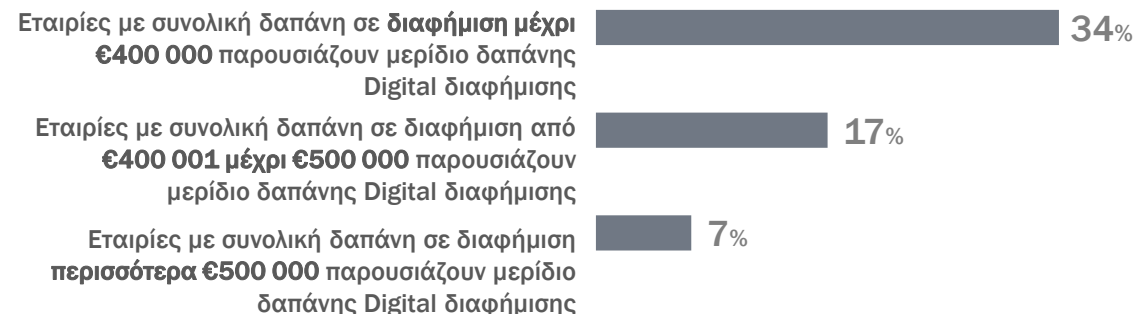



Τα αποτελέσματα της έρευνας αφορούν το δείγμα των εταιριών που συμμετείχαν στην έρευνα και όχι τον γενικό πληθυσμό των εταιριών στην Κυπριακή αγορά.

 **3% - 6%** μείωση στη δαπάνη της διαφήμισης από το 2019 στο 2020

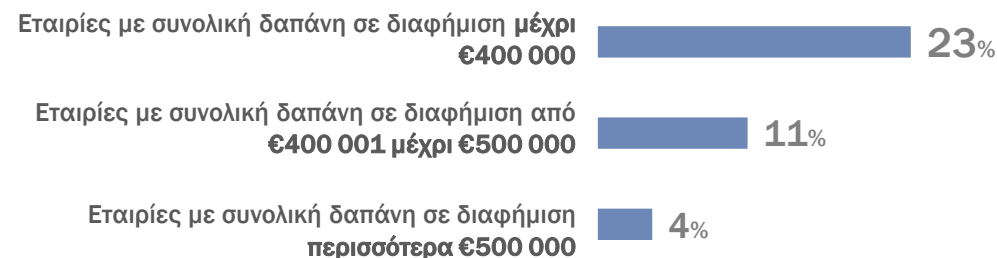


Το **ΜΕΡΙΔΙΟ** της δαπάνης της Digital διαφήμισης για το 2020 συνδέεται με τη συνολική επένδυση της εταιρείας σε διαφήμιση ως εξής:



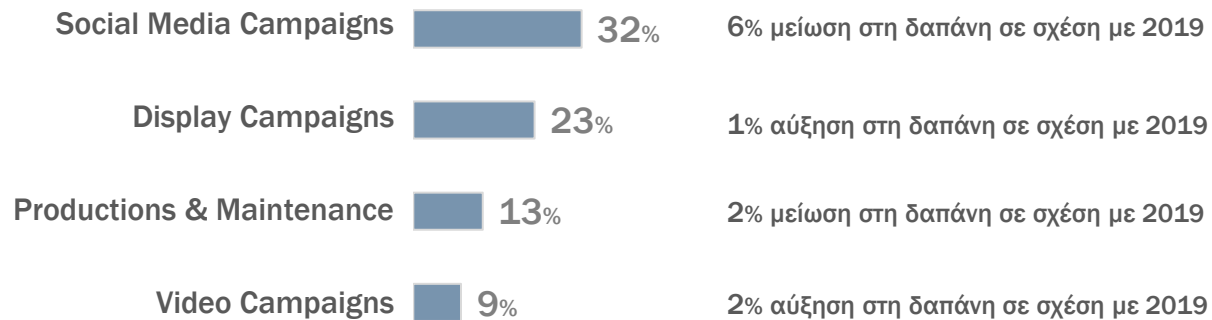
 **14%** αύξηση στη δαπάνη της Digital διαφήμισης από το 2019 στο 2020

Η **ΑΥΞΗΣΗ** στη δαπάνη της Digital διαφήμισης συνδέεται με τη συνολική επένδυση της εταιρείας σε διαφήμιση ως εξής:

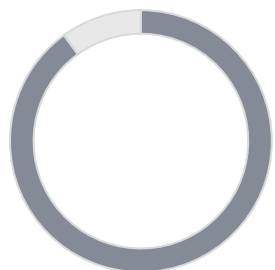
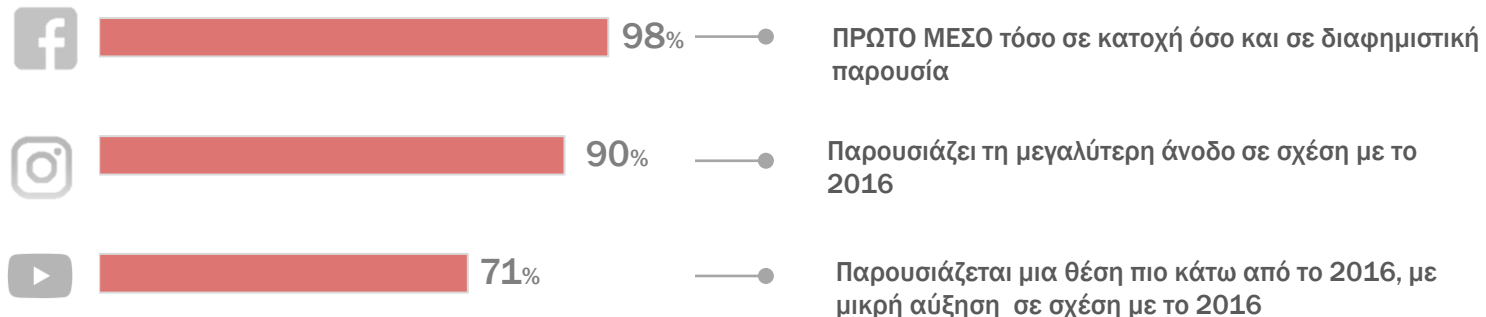


Σύνοψη αποτελεσμάτων (2)

Top 4 είδη Digital διαφήμισης με βάση την εκτίμηση του ποσοστού ΔΑΠΑΝΗΣ 2020:



Top 3 Μέσα κοινωνικής δικτύωσης διαφημιστικής παρουσίας:

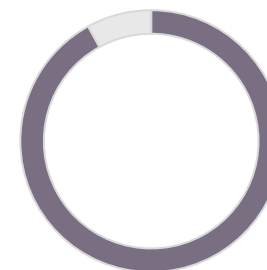


90%

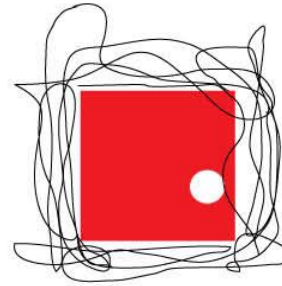
Δήλωσαν ότι η Digital διαφήμιση αποτελεί αναπόσπαστο μέρος του promotional mix των διαφημιστικών εκστρατειών της εταιρείας τους σε μεγάλο βαθμό (4-5)

92%

Των διαφημιστικών εκστρατειών αποτελούνται εξολοκλήρου ή συμπεριλάμβαναν digital media



Έρευνα για Δαπάνη σε Digital Διαφημίσεις



Σύνδεσμος Διαφημιζομένων Κύπρου



ΤΟ ΜΕΡΙΔΙΟ ΤΗΣ
DIGITAL
ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ
ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΙΑΚΗ ΑΓΟΡΑ

