



## ΕΡΕΥΝΑ ΓΙΑ ΔΑΠΑΝΗ ΣΕ DIGITAL ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΙΣ

Η έρευνα διεξάγεται για λογαριασμό του **Συνδέσμου Διαφημιζομένων Κύπρου** και αφορά στη διαφημιστική δαπάνη σε digital διαφήμιση. Η συμμετοχή σας στην έρευνα είναι εθελοντική αλλά θα μας ενδιέφερε να έχουμε και τη δική σας άποψη και στοιχεία έτσι ώστε να διερευνηθεί η αγορά της διαφημιστικής επένδυσης σε digital μέσα.

Θα ήθελα να σας διαβεβαιώσω ότι οι απαντήσεις σας θα παραμείνουν απολύτως εμπιστευτικές και θα ομαδοποιηθούν με τις απαντήσεις άλλων ερωτώμενων χωρίς να υπάρξει οποιαδήποτε αντιστοίχιση με τα δεδομένα της εταιρείας/ οργανισμού. Στα δεδομένα της έρευνας θα έχει πρόσβαση μόνο η αρμόδια ομάδα έργου της Pulse Market Research και δεν θα δοθούν οποιαδήποτε δεδομένα σε τρίτους.

### ΑΤΟΜΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ - ΠΡΟΚΑΘΟΡΙΣΜΕΝΟ

Q1A. Πόσα έχει ξοδέψει συνολικά η εταιρεία σας για διαφημίσεις το **2021** σε όλα τα ΜΜΕ;

Παρακαλούμε επιλέξτε από τις παρακάτω κατηγορίες ποσών:

Μέχρι 50.000 ευρώ	01
50.001 – 100.000 ευρώ	02
100.001 – 200.000 ευρώ	03
200.001 – 300.000 ευρώ	04
300.001 – 400.000 ευρώ	05
400.001 – 500.000 ευρώ	06
500.001 – 600.000 ευρώ	07
600.001 – 700.000 ευρώ	08
700.001 – 800.000 ευρώ	09
800.001 – 900.000 ευρώ	10
900.001 – 1.000.000 ευρώ	11
1.000.001 – 1.250.000 ευρώ	12
1.250.001 – 1.500.000 ευρώ	13
1.500.001 – 1.750.000 ευρώ	14
1.750.001 – 2.000.000 ευρώ	15
2.000.001 – 2.250.000 ευρώ	16
2.250.001 – 2.500.000 ευρώ	17
2.500.001 – 2.750.000 ευρώ	18
2.750.001 – 3.000.000 ευρώ	19
3.000.001 ευρώ και πάνω	20
Δεν απαντώ	99



Q1B. Παρακαλώ σημειώστε κατά πόσο η δαπάνη συνολικά για διαφημίσεις το **2021** σε όλα τα ΜΜΕ **αυξήθηκε ή μειώθηκε** σε σχέση με το **2020**;

Παρακαλούμε επιλέξτε από τις παρακάτω απαντήσεις:

Αυξήθηκε	1
Παρέμεινε το ίδιο	2
Μειώθηκε	3

*Για όσες εταιρείες δήλωσαν αύξηση σε σχέση με το 2020 Q1B*

Q1Γ. Παρακαλώ σημειώστε το ποσοστό αύξησης;

*Για όσες εταιρείες δήλωσαν μείωση σε σχέση με το 2020 Q1B*

Q1Γ. Παρακαλώ σημειώστε το ποσοστό μείωσης;

Αύξηση	%
Μείωση	%



Για τους σκοπούς του ερωτηματολογίου αυτού, η περιγραφή «**Digital διαφήμιση**» περιλαμβάνει τα εξής:

(α) **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.

(β) **Search Campaigns**, όπου κάνοντας search π.χ. στο Google, εμφανίζεται η διαφήμιση σε κείμενο.

(γ) **Video Campaigns**, το οποίο συνήθως παρουσιάζεται πριν, κατά τη διάρκεια ή μετά από ένα online video stream, ή εντός ενός άρθρου.

(δ) **Social Media Campaigns**, είναι οποιοδήποτε είδος διαφήμισης εμφανίζεται σε περιβάλλον και μέσω πλατφόρμας των κοινωνικών δικτύων. Περιλαμβάνει video ads, boosted posts, stories, Messages, Lead campaigns, InMail κτλ.

(ε) **Owned Digital Assets**, περιλαμβάνει το κόστος διαχείρισης όλων των μέσων που ανήκουν σε ένα διαφημιζόμενο και αφορούν είτε εταιρική είτε προϊόντική παρουσία της websites, social media pages, newsletters, blogs, mobile apps κλπ.

(στ) **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.

(ζ) **Influencer Marketing**, περιλαμβάνει το κόστος/αμοιβή για χρήση ατόμων με διαδικτυακή επιρροή για σκοπούς προώθησης προϊόντων/υπηρεσιών

Q2A. Παρακαλώ σημειώστε το ποσοστό της δαπάνης στη **digital διαφήμιση** το **2021** σε σχέση με τη **συνολική δαπάνη** για διαφήμιση το **2021**;

Ποσοστό digital διαφήμισης	%
Δεν απαντώ	99



Για όσες εταιρείες δήλωσαν Δεν απαντώ στην Q2A

Q2B. Παρακαλώ επιλέξτε σε ποιο εύρος ανήκει το ποσοστό της δαπάνης στη digital διαφήμιση το **2021** σε σχέση με τη συνολική δαπάνη για διαφήμιση το **2021**;

Παρακαλούμε επιλέξτε από τις παρακάτω απαντήσεις:

Μέχρι 5%	01
6% -10%	02
11% - 15%	03
16% -20%	04
21% -30%	05
31% - 40%	06
41% - 50%	07
51% - 60%	08
61% - 70%	09
71% - 80%	10
81% -90%	11
91% - 100%	12
Δεν απαντώ	99

Q2Γ. Παρακαλώ σημειώστε κατά πόσο η δαπάνη στη digital διαφήμιση **αυξήθηκε** ή **μειώθηκε** σε σχέση με το **2020**;

Αυξήθηκε	1
Παρέμεινε το ίδιο	2
Μειώθηκε	3

Για όσες εταιρείες δήλωσαν αύξηση σε σχέση με το 2020 Q2Γ

Q2Δ. Παρακαλώ σημειώστε το ποσοστό αύξησης;

Για όσες εταιρείες δήλωσαν μείωση σε σχέση με το 2020 Q2Γ

Q2Δ. Παρακαλώ σημειώστε το ποσοστό μείωσης;

Αύξηση	%
Μείωση	%



Q3. Για το ποσό που ξοδεύτηκε σε digital διαφήμιση το **2021**, παρακαλώ καταγράψτε το ποσοστό που αντιστοιχεί σε Media, σε Productions & Agency Fee και σε Influencers.

Τα ποσοστά θα πρέπει να αθροίζονται στο 100%.

Media:	%
Productions & Agency Fee:	%
Influencers' Investment:	%
Σύνολο:	100%

Q4. Για το ποσό που ξοδεύτηκε σε digital διαφήμιση το **2021**, παρακαλώ καταγράψτε το ποσοστό που αντιστοιχεί στις ακόλουθες κατηγορίες.

Το άθροισμα των ποσοστών δεν πρέπει να είναι μεγαλύτερο από το 100%

Global media (Περιλαμβάνει Google, Amazon, Bing, καθώς και άλλα MME με έδρα σε άλλες χώρες εκτός Κύπρου)	%
Cyprus-based media	%
Programmatic	%
Social Media	%

Q5. Για το ποσό που ξοδεύτηκε σε digital διαφήμιση το **2021**, παρακαλώ σημειώσετε το ποσοστό (%) που αντιστοιχεί για κάθε είδος digital διαφήμισης για το **2021**;

Τα ποσοστά θα πρέπει να αθροίζονται στο 100%.

Display Campaigns	%
Search Campaigns	%
Video Campaigns	%
Social Media Campaigns	%
Productions & Maintenance (all costs incurred, incl. costs of managing owned media assets)	%
Native Campaigns	%
Influencer Marketing	%
Άλλο (διευκρινίστε): .....	%
Σύνολο:	100%



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

Facebook	01
Twitter	02
YouTube	03
Instagram	04
Snapchat	05
Pinterest	06
Tumblr	07
LinkedIn	08
TikTok	09
Άλλο (διευκρινίστε) .....	10

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

Facebook	01
Twitter	02
YouTube	03
Instagram	04
Snapchat	05
Pinterest	06
Tumblr	07
LinkedIn	08
TikTok	09
Άλλο (διευκρινίστε): .....	10

Q8. Παρακαλώ ιεραρχήστε με σειρά προτεραιότητας από πλευράς σημασίας, τους **στόχους** των εκστρατειών της εταιρείας σας, στα digital media.  
Παρακαλώ σύρετε από την αριστερή στήλη στη δεξιά στήλη τις επιλογές σας. Η πρώτη θέση αντιστοιχεί σε αυτό που θεωρείτε ως σημαντικότερο και η τελευταία θέση σε αυτό που θεωρείτε λιγότερο σημαντικό. Σε περίπτωση που κάποια επιλογή δεν αποτελεί στόχο των εκστρατειών της εταιρείας σας ΜΗΝ την κατατάξετε.

Brand Awareness	_____
Traffic to website	_____
Leads Generation	_____
Sales Generation	_____
Customer service	_____
Άλλο	_____

Παρακαλώ διευκρινίστε ποιο είναι το "Άλλο" που ιεραρχήσατε στην προηγούμενη ερώτηση.



Ισχύει για όσα είδη digital διαφήμισης χρησιμοποίησε η εταιρεία από την Q5

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

Παρακαλώ επιλέξτε όλα όσα εφαρμόζονται.

#### DISPLAY CAMPAIGNS

CPC (cost per click)	1
CTR (click through rate)	2
Viewable CPM (cost per thousand impressions)	3
CPCConv/CPA (cost per conversion/acquisition)	4
Conversion Rate	5
ROAS (Return on ad spend)	6
Άλλο (διευκρινίστε): .....	7

#### SEARCH MARKETING CAMPAIGNS

CPC (cost per click)	1
CTR (click through rate)	2
Conversions	3
Conversion Rate	4
CPCConv/CPA (cost per conversion/acquisition)	5
ROAS (Return on ad spend)	6
Άλλο (διευκρινίστε): .....	7

#### VIDEO CAMPAIGNS

Views/ThruPlays (at least 15 sec)	1
CPV (cost per view)	2
View Rate	3
Completion Rate	4
Άλλο (διευκρινίστε): .....	5

#### SOCIAL MEDIA CAMPAIGNS

Reach	1
UCPM (Unique CPM - Cost per 1000 people reached)	2
CPE (Cost per engagement)	3
ROAS (Return on ad spend)	4
CPCConv/CPA (cost per conversion/acquisition)	5
ER (Engagement Rate)	6
Άλλο (διευκρινίστε): .....	7

#### NATIVE CAMPAIGNS

Page Views	1
Unique page views	2
Average Time on page	3
Conversions	4
Άλλο (διευκρινίστε): .....	5



### INFLUENCER MARKETING

Post Reach	1
ER % = Total engagements on a post / Total followers * 100	2
ERR = Engagement rate by reach (Total engagements per post / reach per post * 100)	3
CPE (Cost Per Engagement) = Total amount spent / Total engagements	4
Conversions	5
Άλλο (διευκρινίστε): .....	6

Engagements typically represents likes, favourites, reactions, comments, shares, views, retweets, and sometimes include clicks, depending on which platform you're using.

Q11. Παρακαλώ συμπληρώστε τον παρακάτω πίνακα για το **2021**, γράφοντας τα ποσοστά για κάθε περίπτωση.

Τα ποσοστά θα πρέπει να αθροίζουν στο 100%.

% διαφημιστικών εκστρατειών που είχαν και digital media	%
% διαφημιστικών εκστρατειών μόνον με digital media	%
% διαφημιστικών εκστρατειών που δεν είχαν digital media	%
Σύνολο:	100%

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

Διαφημιστικές Εταιρείες / Full Service	01
Specialist Digital Agencies (εταιρείες που ασχολούνται αποκλειστικά με digital διαφήμιση)	02
Freelancers	03
In house	04
Άλλο (διευκρινίστε): .....	05





### Δημογραφικά Στοιχεία:

#### Στοιχεία Εταιρείας/ Οργανισμού

Όνομα εταιρείας:

Επαρχία:

Τηλέφωνο:

#### Μέγεθος εταιρείας (Αρ. υπαλλήλων)

Μέχρι 5 άτομα προσωπικό	01
6-10 άτομα προσωπικό	02
11-30 άτομα προσωπικό	03
31-50 άτομα προσωπικό	04
51-100 άτομα προσωπικό	05
101-250 άτομα προσωπικό	06
Περισσότερα από 250 άτομα προσωπικό	07

#### Στοιχεία Ερωτώμενου

Όνομα:

Θέση:

Email: