



Оцінка обсягу ринку SMM України за 2022

© ГС «БЮРО ІНТЕРАКТИВНОЇ РЕКЛАМИ УКРАЇНА», 2023
У випадку використання тексту або будь-якої його частини обов'язкове
посилання на джерело та правовласника

● Зміст

03 Вступне слово Володимир Чернер

04 Вступне слово Уляна Стеценко

05 Методологія

07 Пул учасників

08 Загальні відомості та частки за категоріями

11 Очікування та прогнози ринку SMM



ВОЛОДИМИР ЧЕРНЕР

CEO & OWNER в NEW STRATEGIES GROUP

Ринок SMM, як і Українці, пережили рік війни. Вистояли і не впали. Рік вийшов складним і приніс безліч змін від закриття багатьох агенцій до запровадження нових послуг. Частина клієнтів пішла з ринку, частина зменшила бюджети, але SMM продовжив жити.

Як усе змінилося? Про це розповість наша презентація. Буде цікаво. І так, тут буде і про нейромережі =);

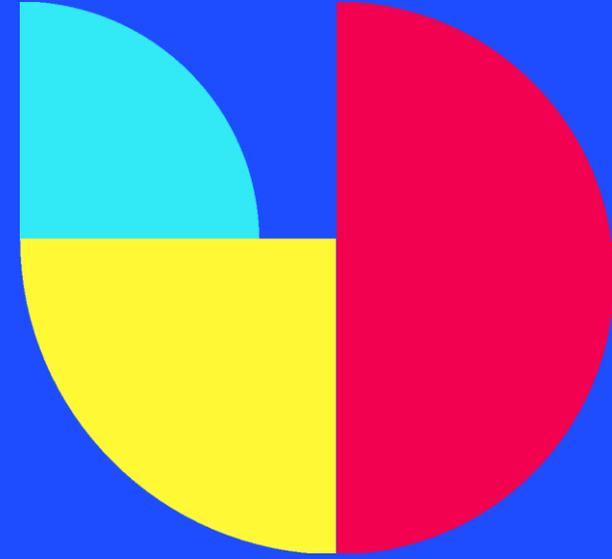


УЛЯНА СТЕЦЕНКО СЕО АГЕНЦІЇ FISH DIGITAL

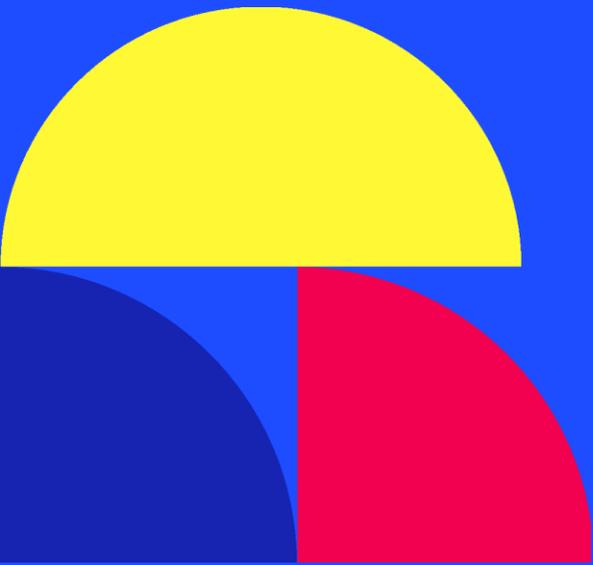
Головна вимога до маркетингових агенцій з 2022 року — адаптивність у всьому: географії надання послуг, асортименті послуг та їх реалізації, в організації роботи своїх команд.

Кордони у маркетингу стануть ще більш умовними й будуть продовжувати зникати.

Швидкість рішень, готовність до партнерства, автоматизація процесів, адаптивність та готовність до змін — так і залишаться ключовими навичками у 2023 році.



Методологія





1

Анонімне* заповнення Анкети №1, після чого респондент отримує код, який потрібно надіслати організаторам (ІАВ Україна)

2

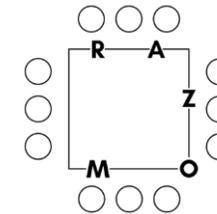
На другому етапі представникам категорії надсилається Анкета №2 із проханням оцінити частку пулу учасників на ринку SMM та долю in-house на ринку SMM.

3

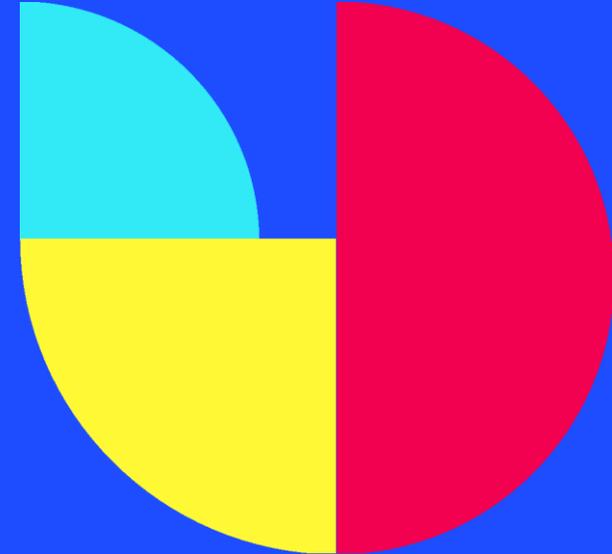
На третьому етапі отримані дані агрегуються командою ІАВ Україна.

*Конфіденційність опитування забезпечується на першому етапі поданням даних з анонімного імейла та відсутністю маркувань, які б дозволяли визначити відправника, в самій анкеті.

● Пул учасників оцінки обсягу ринку SMM



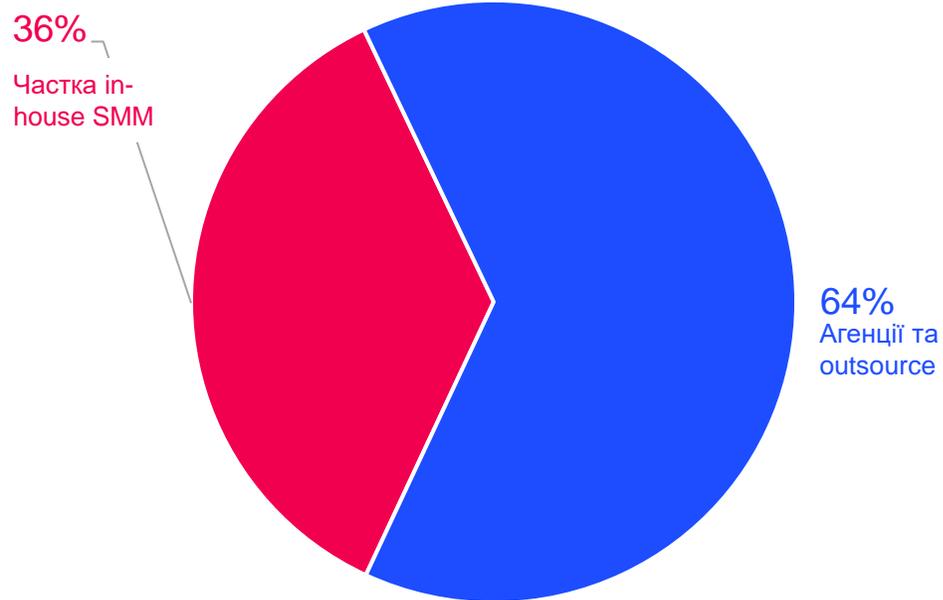
Оцінка обсягу ринку



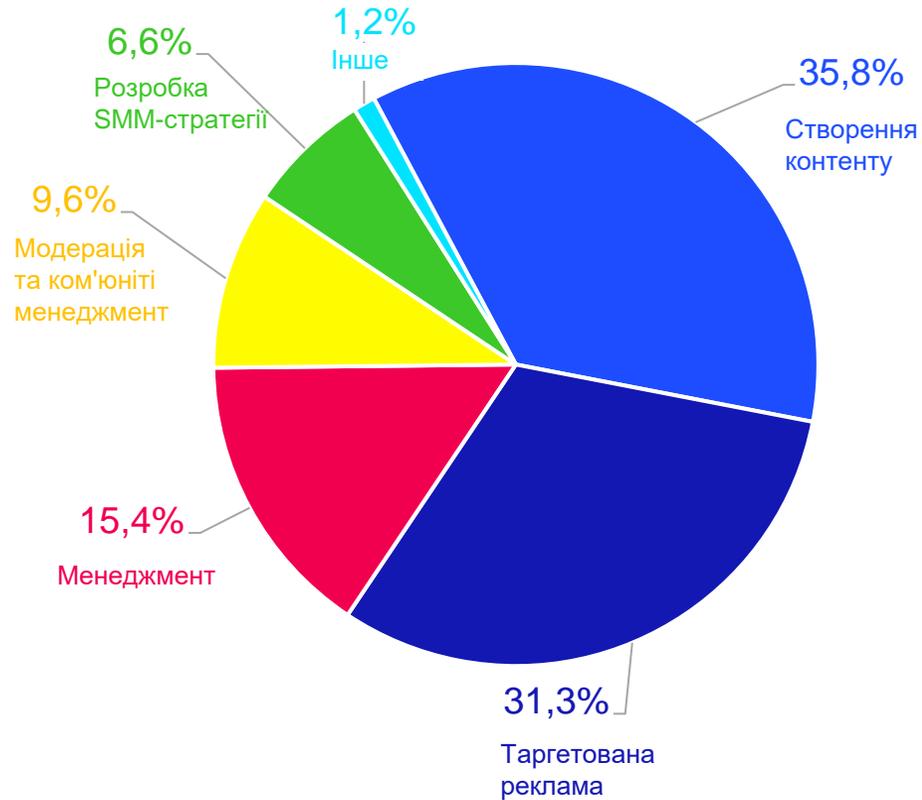
● Загальний обсяг ринку SMM за 2022 рік – 393 884 265 грн.

Загальний обсяг ринку SMM за 2022 рік склав майже 394 млн грн.

Агентська та Outsource частка склала 64% або майже 252 млн грн. від загального обігу. Решта розподілилася на клієнтській стороні. Падіння обсягу ринку склало 53% відносно 2021 року.



● Частки за категоріями

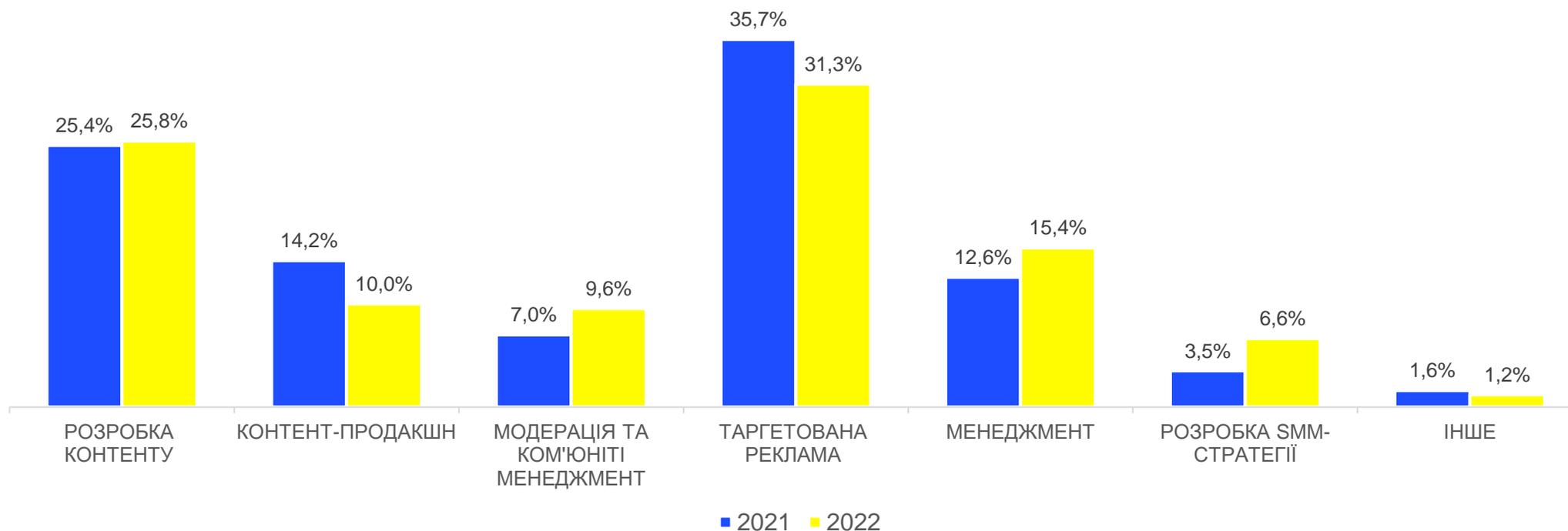


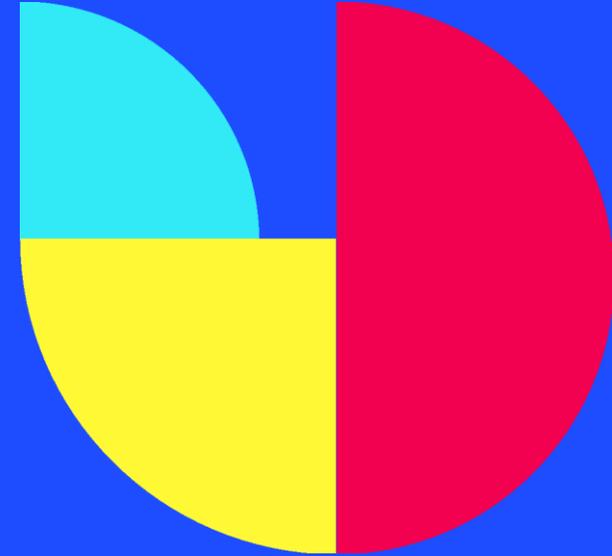
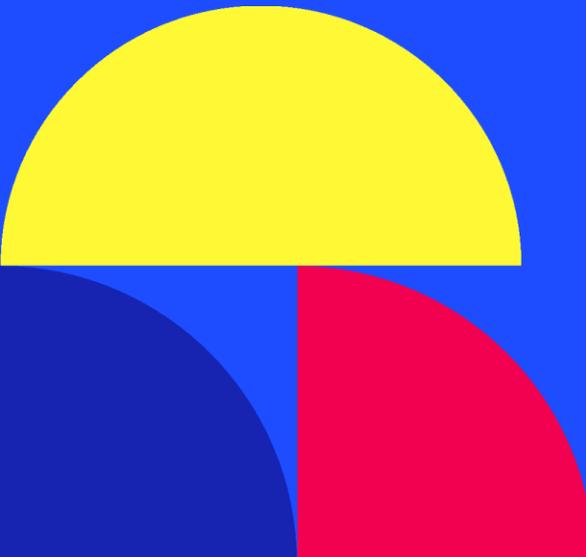
Ключові бюджетоутворюючі категорії – створення контенту та таргетована реклама. Разом вони становлять 67% всіх SMM проектів.

У свою чергу в створенні контенту ми врахували два напрямки:

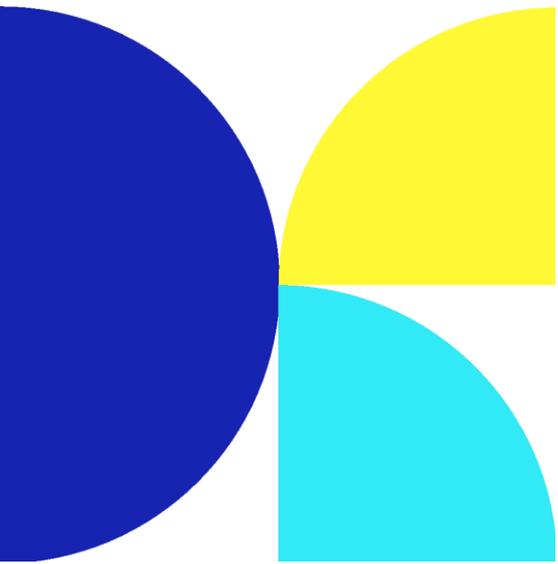
- Написання та дизайн постів – 25,8%
- Продакшн фото чи відео – 10%. На нашу думку саме ця частка в створенні контенту буде збільшуватися далі.

● Динаміка категорій SMM ринку 2021 vs 2022

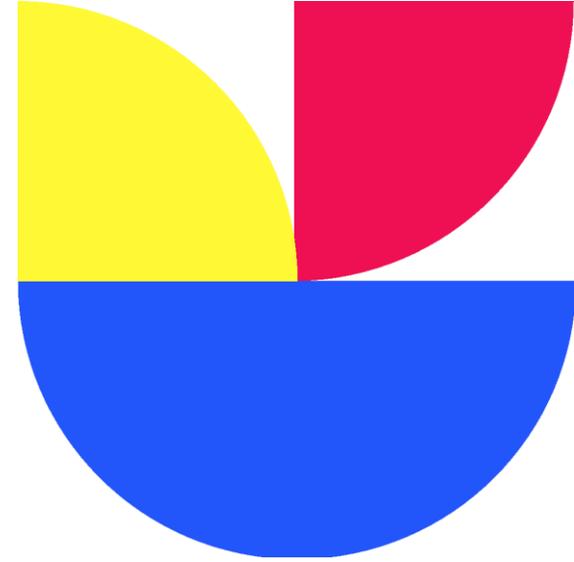




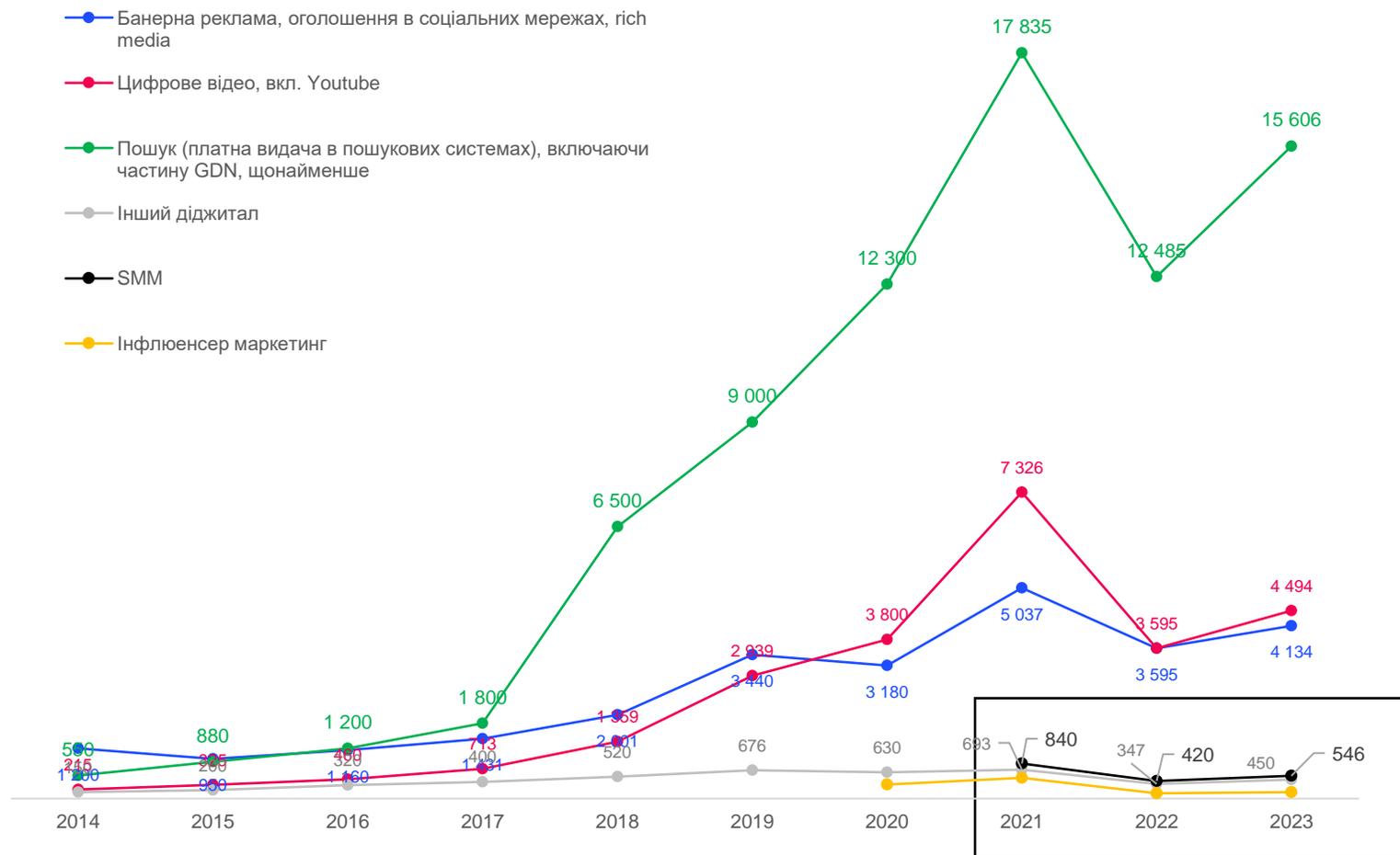
Очікування та прогнози ринку SMM



Володимир Чернер



● Динаміка ринку SMM 2023



SMM просів на 50% за 2022 та прогнозно зросте на 30% за 2023 показавши найбільше зростання серед усіх інших діджитал категорій.

Як і раніше, він складе біля 2% від всього діджитал. Дива не трапилось), SMM сильно програє пошуковій рекламі і залишається лише 4-м з 6-и каналів комунікації в діджитал.

Проте динаміка зростання позитивна: smm та категорія в яку найпростіше зайти рекламним агенціям та рекламодавцям, а отже тренд на зростання буде тільки збільшуватися.

Маю сподівання, що у 2024 році категорія вийде на довоєнні обсяги.

● Тенденції ринку SMM 2023

1

Основними ринковими рушіями SMM 2023 стануть категорії: нерухомість, їжа та напої, фінансовий сектор та FMCG.

Буде багато лончів нових продуктів та брендів. Акцент в комунікації ще сильніше зміститься на якість контенту, а також інтерактив.

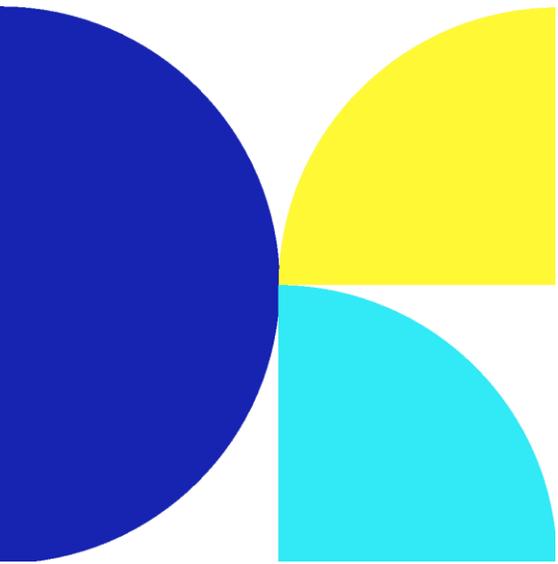
2

Через брак інвестицій під час війни якість контенту сильно просіла і повернулася на 10 років назад. «Дешеві фотошопні» фото склали майже 70% всього контенту від брендів. При цьому рівень обізнаності клієнтів не просів, а тільки підвищився.

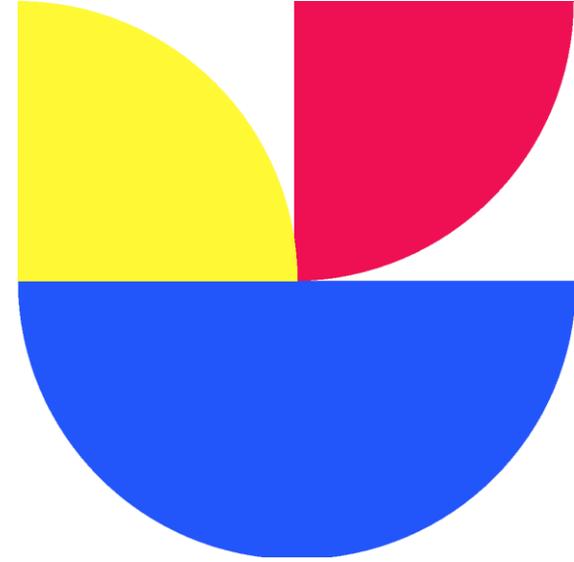
З врахуванням посилення конкуренції (коли потрібно диференціювати бренд від інших), це призведе до різкого бума в використанні відео форматів та професійних якісних фото в комунікації. SMM оживає.

3

Саме в SMM Нейромережі та AI покажуть себе найшвидше та найпершими. Midjourney та Chat GPT це тільки початок і гарними картинками тут все не закінчиться. Чекаємо ще одну революцію, але вже у відео форматі.



Уляна Стеценко



● Світові тенденції обяцяють багато

У 2023 році умовно можна спрогнозувати аналогічний об'єм 2022 і поступове зростання обсягів.

За прогнозами, у 2023 році витрати на рекламу на ринку цифрової реклами досягнуть 443,60 млн доларів США.

Найбільшим ринком ринку є пошукова реклама з обсягом ринку 267,30 млн доларів США у 2023 році.

Очікується, що в 2023 році середні витрати на рекламу на одного користувача на ринку пошукової реклами становитимуть 7,46 доларів США.

Зростання на ринках відео, банерів, соціальних медіа та пошукової реклами є порівняно вищим, ніж на ринку оголошень, завдяки швидкому зростанню споживання соціальних медіа та онлайн-покупок.

До пандемії ринок цифрової реклами демонстрував ознаки стабільного зростання. Однак пандемія прискорила впровадження цифрових технологій, і ефект залишиться назавжди, що призведе до більш активного зростання ринку цифрової реклами в наступні роки.

● Розмиття кордонів

Людський ресурс, який має зараз ще більшу вагу, вплине на збільшення конкуренції роботодавців за кваліфікованими виконавцями і, як наслідок — на вартість послуг.

Не варто виключати і такий варіант розвитку подій. З метою виживання на ринку маркетингових послуг гравці можуть укрупнитися внаслідок виходу, злиття, поглинання агенцій.

Головна вимога до маркетингових агенцій з 2022 року — адаптивність у всьому: географії надання послуг, асортименті послуг та їх реалізації, в організації роботи своїх команд. Багато компаній саме у 2022 році вийшли закордон.

Кордони у маркетингу стануть ще більш умовними й будуть продовжувати зникати. Швидкість рішень, готовність до партнерства, автоматизація процесів, адаптивність та готовність до змін — так і залишаться ключовими навички у 2023 році.



Дякуємо за співпрацю.
Далі буде!



Якщо у вас є зауваження, пропозиції та доповнення, будь ласка
повідомте нас електронною поштою

anastasiya.baydachenko@iab.com.ua

Ми врахуємо усі конструктивні доповнення у наступній редакції