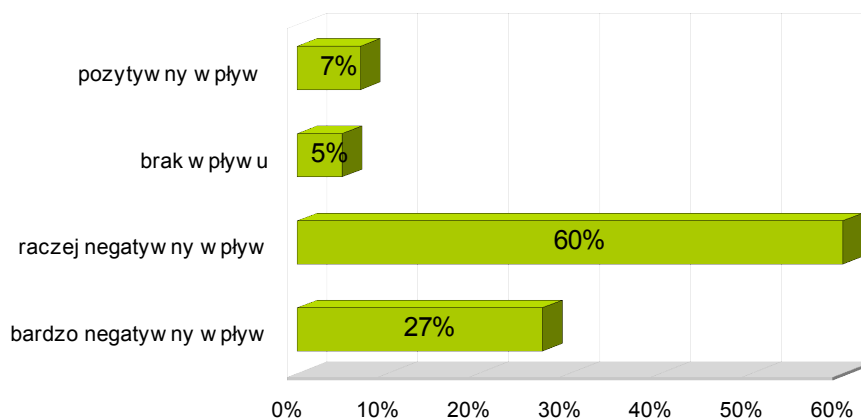


Agencje marketingu internetowego idą pod prąd

Przenoszenie budżetów reklamowych z mediów tradycyjnych do internetu chroni agencje interaktywne przed negatywnymi skutkami kryzysu gospodarczego – takie wnioski płyną z najnowszego badania “Client-Agency Economic Outlook Survey” przeprowadzonego w maju 2009 r. w USA. Polskie analizy wyraźnie potwierdzają ten trend – reklama w internecie, jako jedyny segment w rynku reklamowym, zanotowała 7% wzrost przychodów w I kwartale 2009 r.

Badania ze Stanów Zjednoczonych niebicie dowodzą pogorszenia się sytuacji ekonomicznej agencji marketingowych. 87% badanych agencji odczuwa negatywny wpływ kryzysu gospodarczego na ich działalność. Nieliczne z nich - 7% przyznaje, że kryzys oddziałuje na ich firmy pozytywnie. Tylko co 20. badana agencja nie odczuwa żadnej korelacji między sytuacją na rynku a działalnością firmy.

Wpływ sytuacji ekonomicznej na kondycję agencji marketingowych w USA



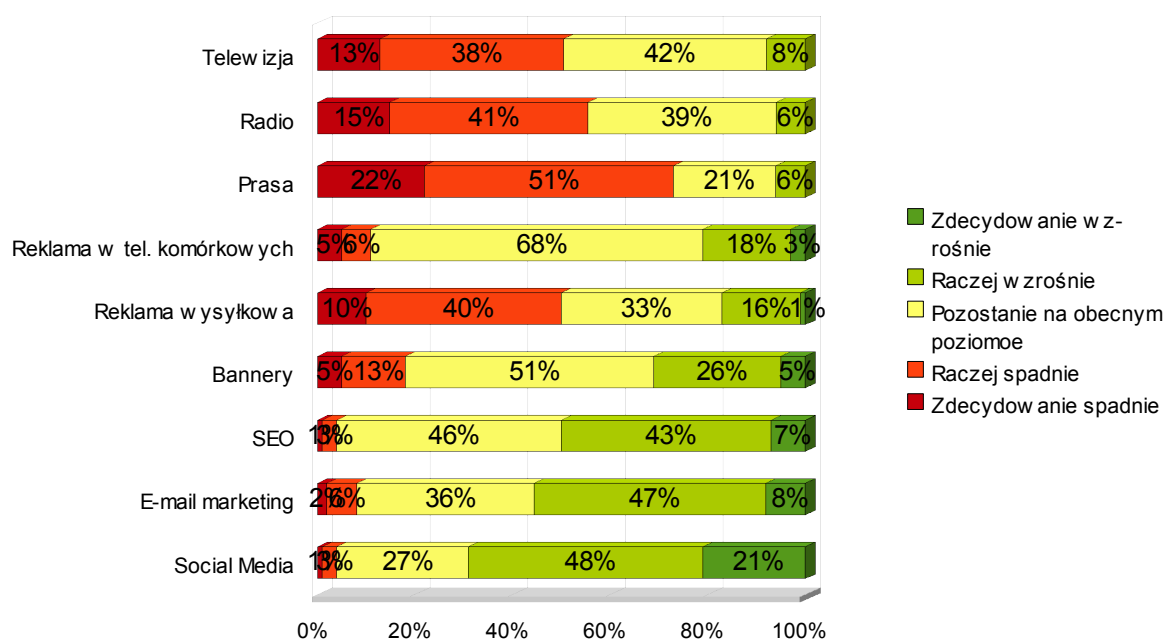
Źródło: Reardon Smith Whittaker/emarketer.com, badanie: n=100, maj 2009 r.

Wyniki badań RSW pokazują jednak, że agencje specjalizujące się w marketingu internetowym nie muszą obawiać się o swoją przyszłość. Niekorzystna sytuacja gospodarcza skłania klientów do przededefiniowania swoich dotychczasowych strategii reklamowych, co przejawia się rosnącym zainteresowaniem reklamodawców internetem. Dlatego też jest to czas „żniw” dla agencji interaktywnych i pozycjonujących w internecie.

W tegorocznych strategiach e-marketingowych dominują trzy kanały promocji: social media, e-mail marketing oraz pozycjonowanie stron w wyszukiwarkach internetowych. Respondenci zauważają zdecydowanie przesunięcie nakładów finansowych na nowoczesne formy promocji w sieci. W ponad połowie przypadków fundusze na e-marketing rosną – nakłady na serwisy społecznościowe zwiększyły w 69% agencji, na marketing poprzez e-maile w 55%, a na pozycjonowanie w 50% przypadków. Marketing w internecie jest wyjątkową formą promocji ponieważ notuje minimalny spadek budżetów – tylko 4-8% badanych agencji zauważyło taką tendencję.

Za promocją w internecie przemawia łatwość rozliczania konwersji wykupionych kampanii, co potwierdza na przykładzie e-mailingu Błażej Miernikiewicz, prezes jednej z największych w Polsce agencji specjalizujących się w marketingu internetowym Artefakt.pl: *Zainteresowanie mailingami rośnie ostatnio bardzo intensywnie. Włączenie do oferty wydawców mailingów rozliczanych za kliknięcie (CPC) pozwala marketerom na szybką ocenę efektywności tego typu działań. Często okazują się one skuteczniejsze i tańsze od klasycznej reklamy w TV czy prasie.*

Zmiany w budżetach marketingowych w USA (w % odpowiedzi)



Źródło: Readon Smith Whittaker/emarketer.com, badanie: n=200, maj 2009 r.

Polskie analizy odzwierciedlają trendy w Stanach Zjednoczonych dotyczące internetowych form promocji. Według badania domu mediowego MPG w I kwartale 2009 r. krajowy rynek reklamy skurczył się o 160 mln zł, czyli prawie o 1/10 w stosunku do I kwartału 2008 r. Jedynie reklama internetowa zanotowała 7% wzrost przychodów w ciągu pierwszych 3 miesięcy 2009 r. Analiza domu mediowego ZenithOptimedia jest jeszcze bardziej korzystna dla tego sektora – analitycy prognozują mu 20% wzrost w tym roku. Prognozy potwierdza codzienna praktyka agencji marketingu internetowego:

- Polskich agencji specjalizujących się w marketingu w wyszukiwarkach kryzys nie dotkąd – stwierdza Błażej Miernikiewicz z Artefakt.pl - Zainteresowanie linkami sponsorowanymi jak i pozycjonowaniem rośnie. Po pierwszym półroczu obsługujemy ponad 15% więcej klientów niż na koniec 2008 r., co przekłada się na ponad 300 polskich i zagranicznych serwisów internetowych. Podobnie jest w przypadku innych agencji SEO/SEM, z którymi mamy kontakt.

Więcej informacji udziela:
 Agnieszka Górecka
 tel. (071) 734 57 82
 agnieszka@praktycy.com
 Praktycy.com

O Artefakt

Podstawowe obszary działania Artefakt to zarządzanie kampaniami reklamowymi z wykorzystaniem linków sponsorowanych i reklam graficznych w programach Google Adwords oraz pozycjonowanie serwisów internetowych w wyszukiwarkach. Firma świadczy także usługi doradcze związane z promocją internetową oraz prowadzi audyty użyteczności stron internetowych i optymalizacji pod kątem wyszukiwarek. Według Magazynu Internet Artefakt jest jedną z siedmiu najlepszych firm w Polsce zajmujących się pozycjonowaniem. Firma obsługuje ponad 300 klientów.

Więcej: www.artefakt.pl

O Praktycy.com

Praktycy.com - jest zespołem doświadczonych ekspertów, którzy w sposób kompleksowy i strategiczny budują komunikację marketingową i PR-ową, kreują wizerunek oraz promują kluczowe polskie i międzynarodowe marki w świecie rzeczywistym i online. Wśród naszych klientów znajdują się, m.in.:

- Grupa Onet.pl wraz z kilkunastoma serwisami tematycznymi, m.in. Zumi.pl, Sympatia.pl, OnetLajt
- zanox.com - globalny lider, działający w ponad 200 krajach w zakresie marketingu internetowego w modelu „płać tylko za efekt”, firma została założona w Niemczech w 2000 roku
- grupa Fotka.pl w skład której wchodzi internetowe serwisy: Finansowo.pl - pierwszy polski serwis social lending, Fotka.pl - najbardziej dochodowy polski serwis społecznościowy, Swistak.pl - nr 2 wśród serwisów aukcyjnych, media2.pl
- moneybookers.com (szybkie i bezpieczne płatności w internecie) – globalny konkurent paypal.com
- kancelaria podatkowa Ożóg i Wspólnicy – jedna z trzech największych polskich kancelarii podatkowych założona przez byłą wiceminister finansów dr Irenę Ożóg
- Elefanta.pl – pierwszy polski serwis społecznie rekomendujący ulubione strony internautów.

Więcej: www.praktycy.com