



Szonda Ipsos

---

# A válság hatása a reklámpiacra

**Budapest, 2009. február 26.**

---

**Kovács Barna**



Szonda Ipsos

# Amikor még minden szépnek tűnt...



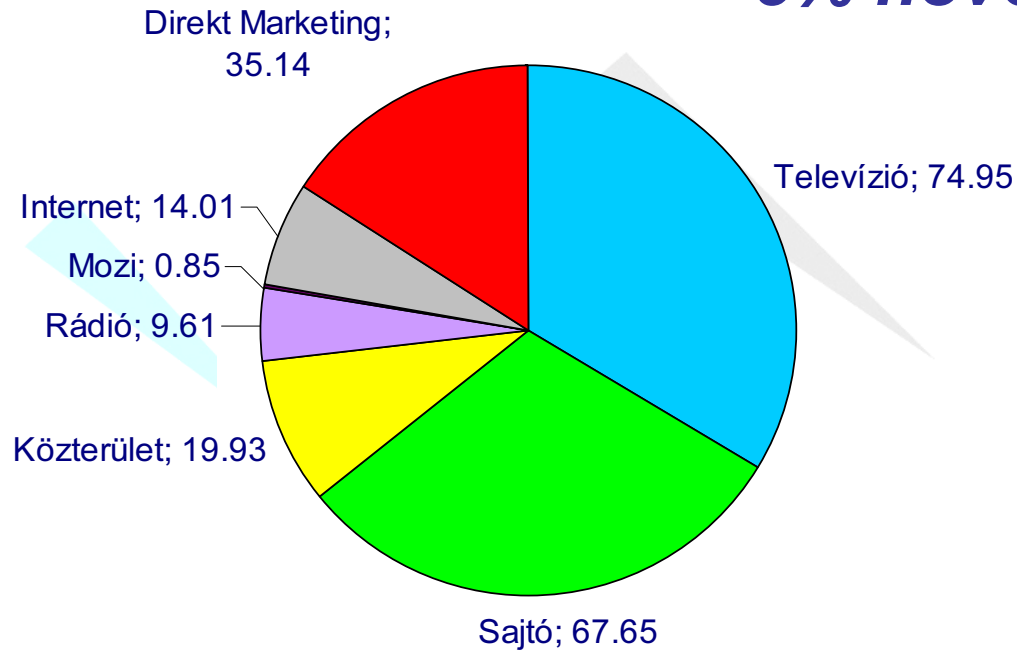


Szonda Ipsos



# Reklámtorta és direkt marketing 2007 (Md Ft)

**8% növekedés!**





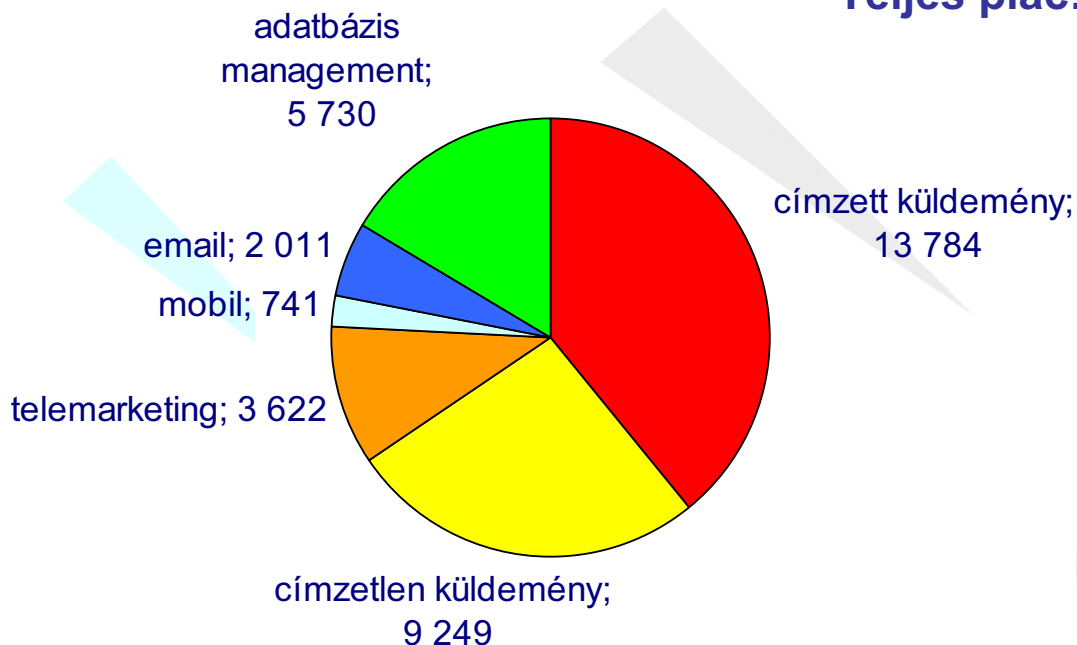
Szonda Ipsos



# Direkt marketing piaci forgalom (millió Ft) hirdetők, 2007

## 23%-os piacbővülés!

Teljes piac: 35,1 Md Ft



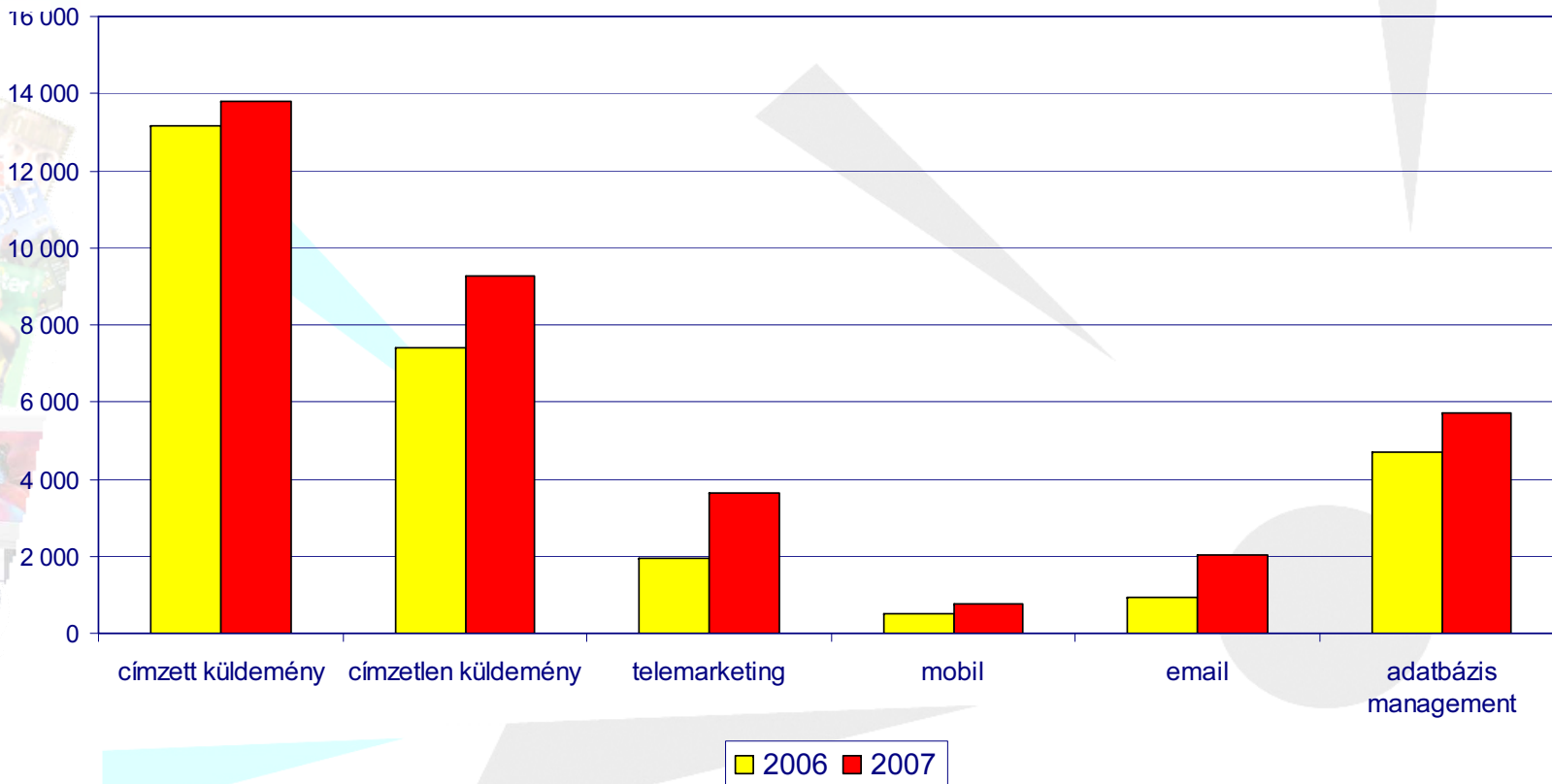


Szonda Ipsos



# Direkt marketing piaci forgalom (millió Ft) hirdetők, 2006-2007

## *Emelkedés minden ágazatban!*





Szonda Ipsos

# És eljött 2008. ősze...



# A gazdasági válság hatása





Szonda Ipsos

## Módszertan

- 2008 októberében lakossági és vállalati célcsoportokban több adatfelvételi módszer segítségével a pénzügyi-gazdasági válság megítélésével kapcsolatban:
  - ✓ Lakossági on-line kutatás, 800 válaszadó, a magyar felnőtt internethasználókat reprezentáló minta
  - ✓ Lakossági telefonos kutatás, 500 válaszadó, a magyar felnőtt lakosságot reprezentáló minta
  - ✓ Vállalati on-line kutatás, 86 közepes- és nagyvállalat (50 főnél több foglalkoztatottal rendelkező vállalatok) döntéshozója



Szonda Ipsos

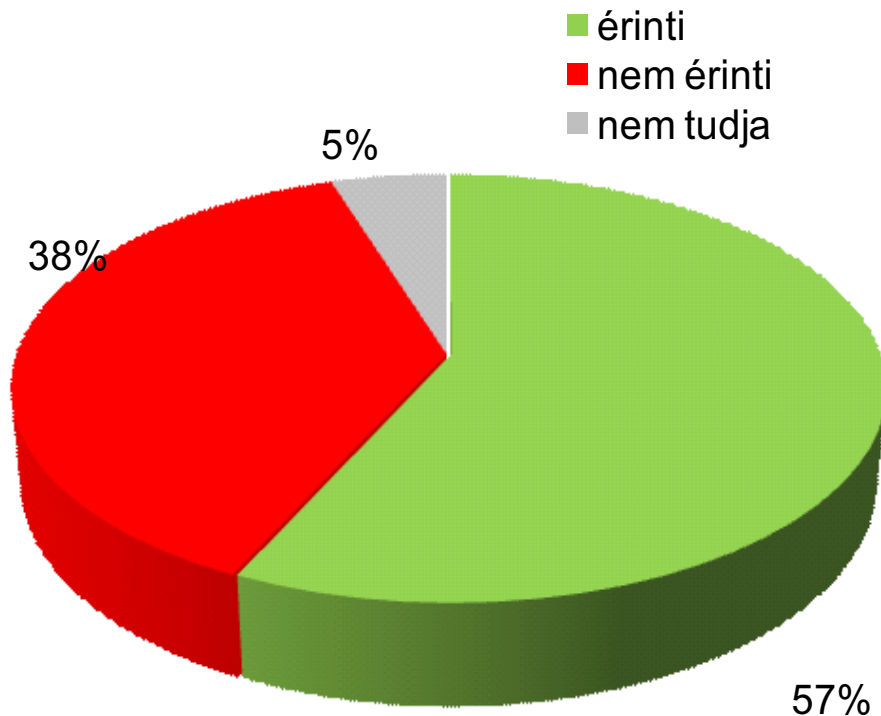


# Vállalati megkérdezés

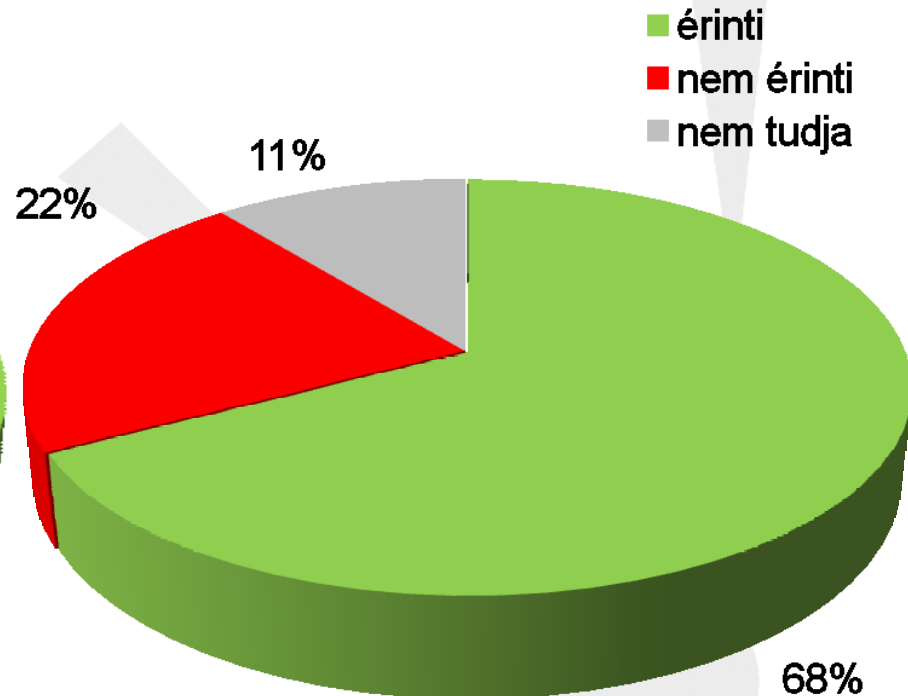


# Érinti-e az Önök vállalatát rövidtávon (az elkövetkező félévben), vagy hosszú távon (az elkövetkező egy évben), közvetlenül a jelenlegi pénzügyi/gazdasági válság?

**A következő félévben**



**A következő évben**



**Vagy rövidtávon, vagy hosszú távon érinti a pénzügyi-gazdasági válság = 76%**

# A jelenlegi pénzügyi/gazdasági válság hatásainak mérséklésére az Önök vállalatánál gondolkodnak-e a következő lépésekben?



általános működési költségek csökkentése

87%

létszámleépítés

52%

hatékonyságnövelés beszállítók árain keresztül

45%

marketing-kommunikációs költségek csökkentése

42%

vállalat beruházásainak visszafogása

31%

K+F tevékenység csökkentése

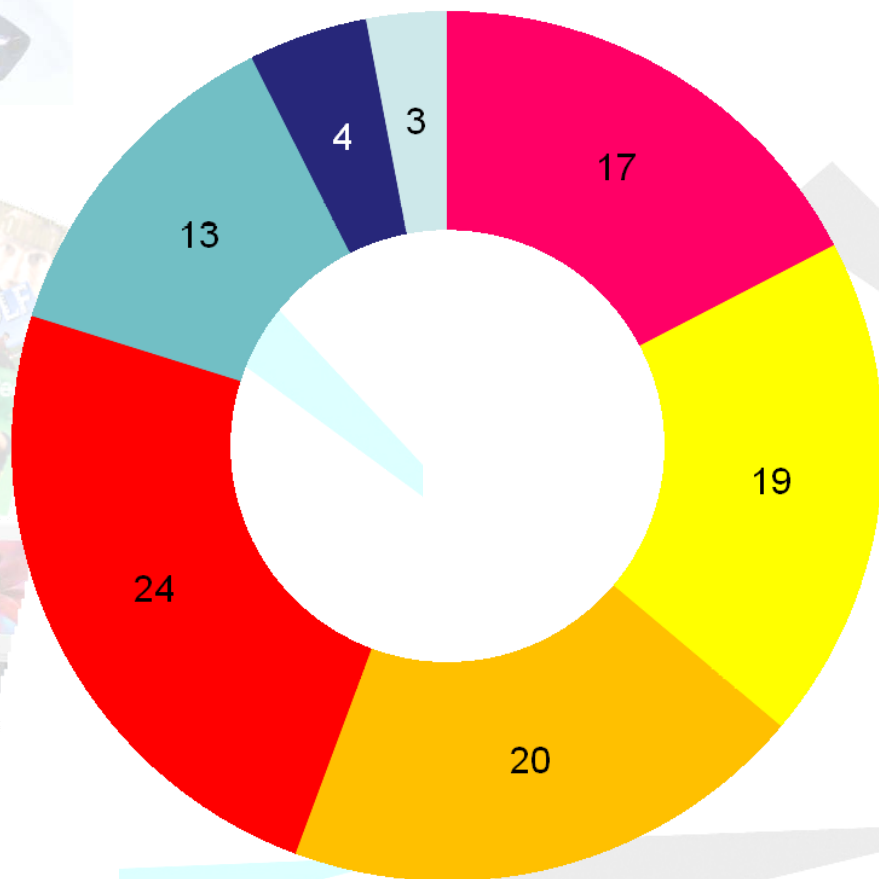
18%

egyéb

12%

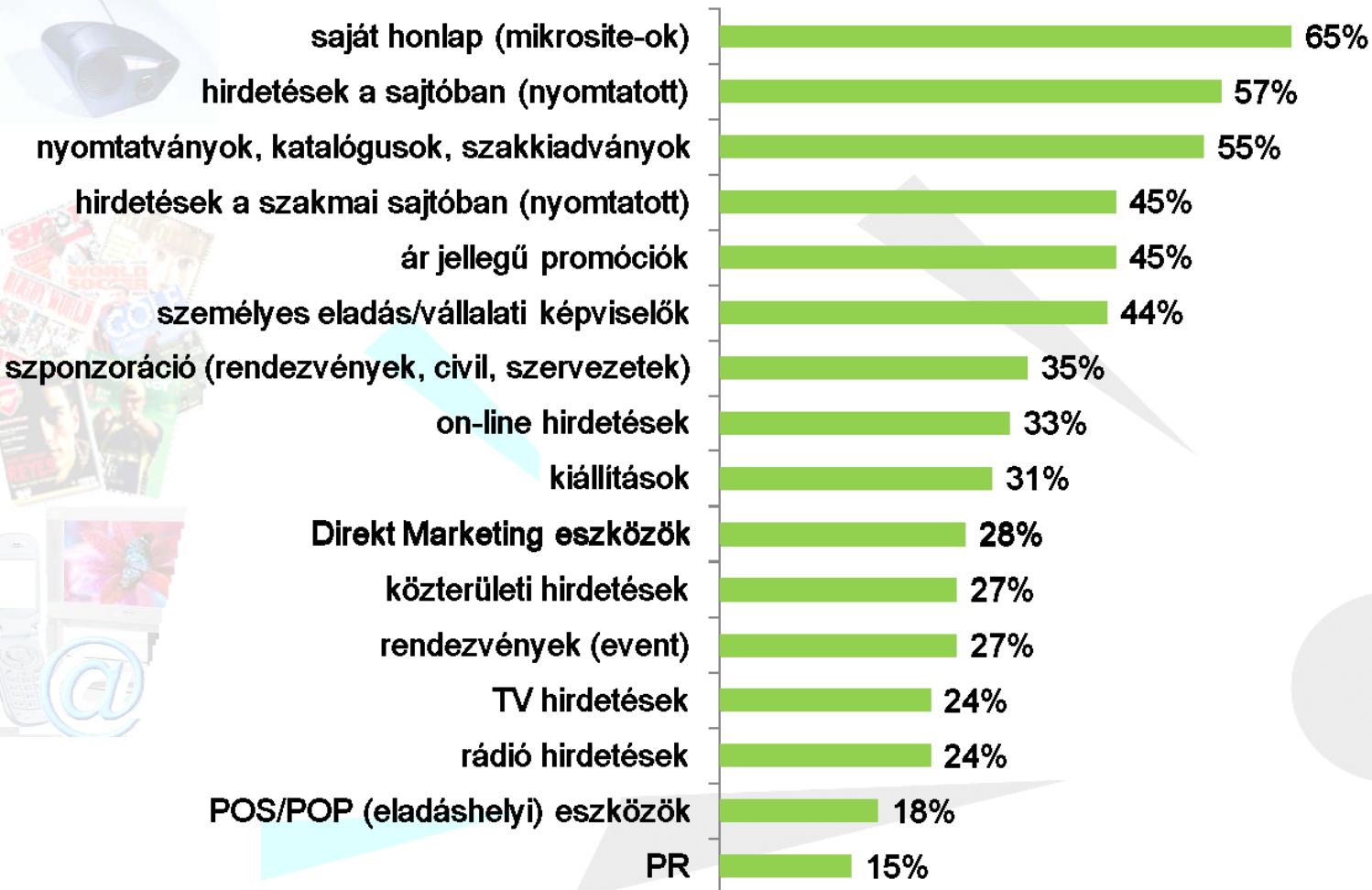


## A tervezett költségmegtakarítások megoszlása Összesen 100 egység

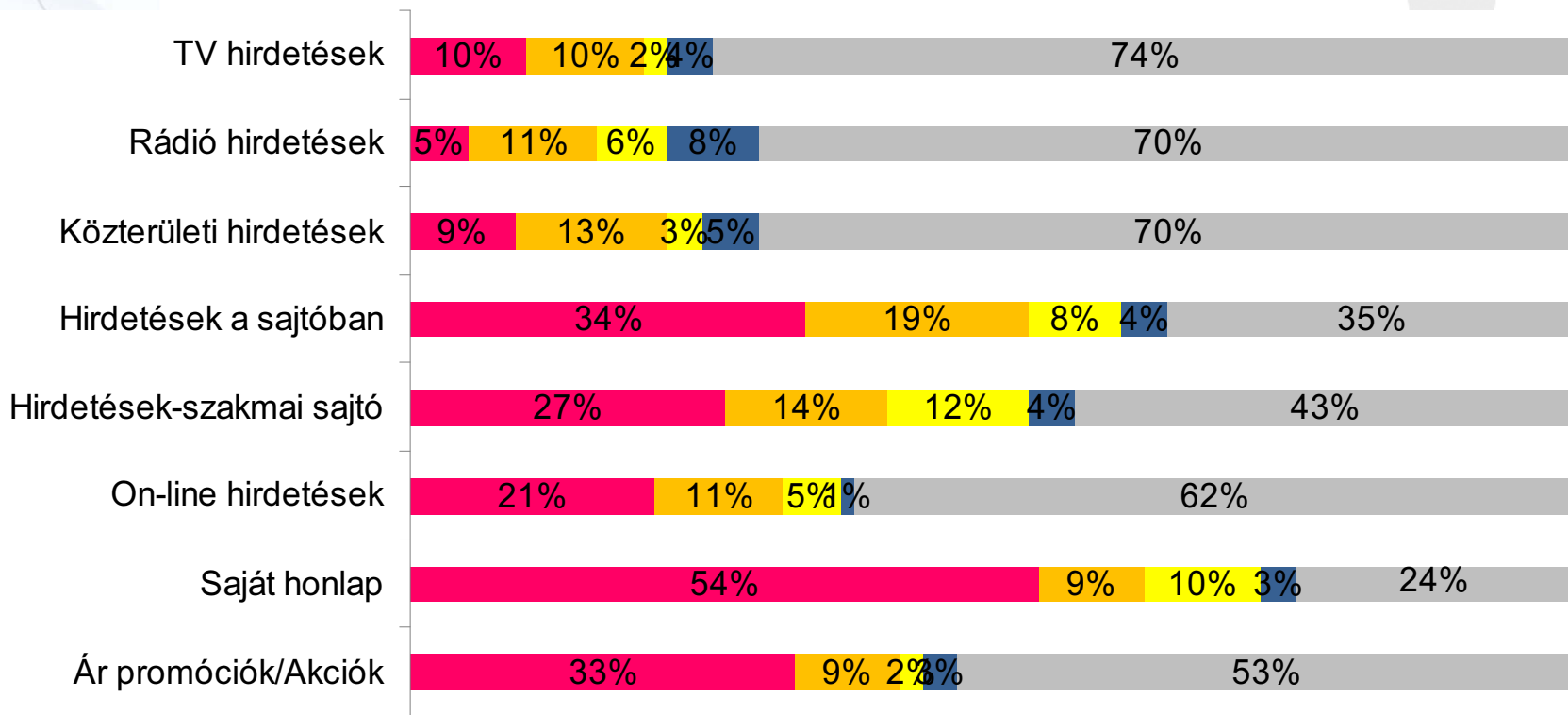


- Létszámleépítés
- Hatékonyságnövelés a beszállítók árainak csökkentésén keresztül
- A vállalata beruházásainak nagymértékű visszafogása
- Az általános működési költségek csökkentése
- A marketing-kommunikációs költségek csökkentése
- A K+F tevékenység csökkentése
- Egyéb

# Az Önök vállalatánál 2008-ban milyen marketingeszközöket alkalmaztak, vagy milyen marketingeszközöket terveznek alkalmazni?



# Marketing eszközök várható alkalmazása 2009-ben I.



- alkalmazzák, ugyanúgy
- alkalmazzák, de csökken az erre szánt összeg
- 2008-ban nem alkalmazták, 2009-ben tervezik alkalmazni
- 2009-ben nem tervezik már alkalmazni
- sem 2008-ban, sem 2009-ben nem alkalmazzák

# Marketing eszközök várható alkalmazása 2009-ben II.

POS/POP eszközök



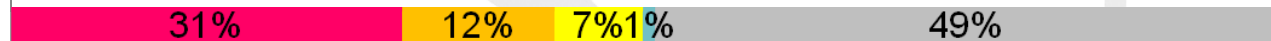
PR



DM



Személyes eladás



Rendezvények



Kiállítások



Nyomtatványok



Szponzoráció



- alkalmazták, ugyanúgy
- alkalmazták, de csökken az erre szánt összeg
- 2008-ban nem alkalmazták, 2009-ben tervezik alkalmazni
- 2009-ben nem tervezik már alkalmazni
- sem 2008-ban, sem 2009-ben nem alkalmazzák

Vállalati, on-line kutatás



# Lakossági megkérdezés



# A jelenlegi pénzügyi/gazdasági válsággal kapcsolatban Ön kit/kiket tekint hiteles információforrásnak?

Független gazdasági elemzőket

64%

médiát

45%

internetes forrásokat

39%

Magyar Nemzeti Bank vezetőjét

32%

EU politikusokat

27%

magyarországi pártpolitikusokat

4%

egyéb

5%

Lakosság, on-line kutatás

# Érinti-e Önt rövidtávon (az elkövetkező félévben), vagy hosszú távon (az elkövetkező egy évben), közvetlenül, személyesen a jelenlegi pénzügyi/gazdasági válság?

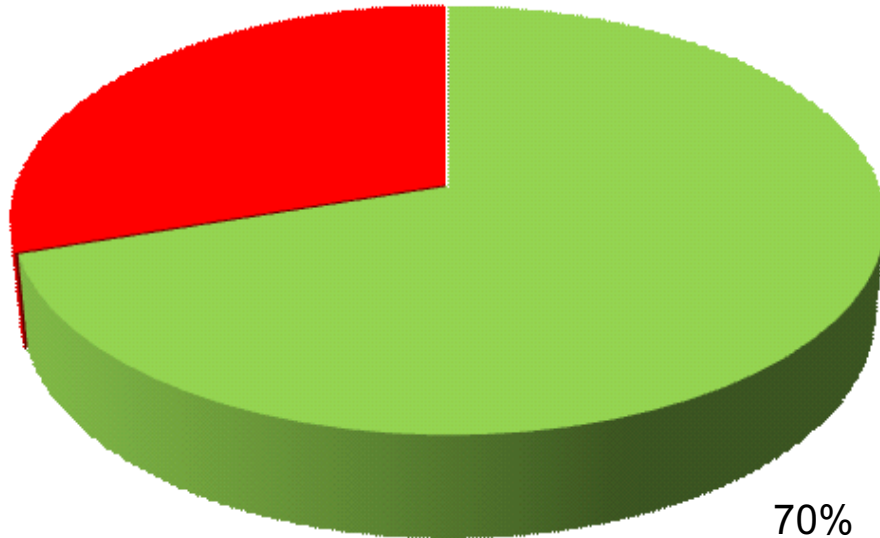


Szonda Ipsos

## A következő félévben

- érinti
- nem érinti

30%

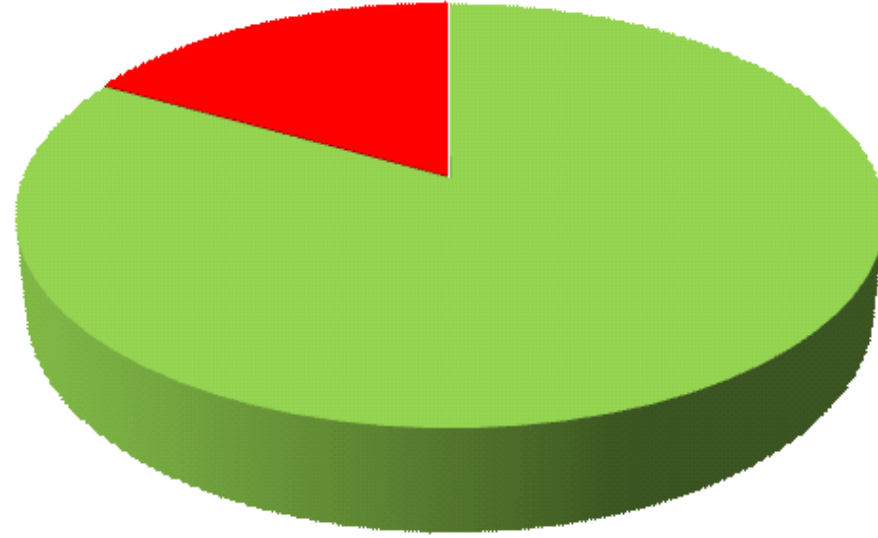


70%

## A következő évben

- érinti
- nem érinti

17%

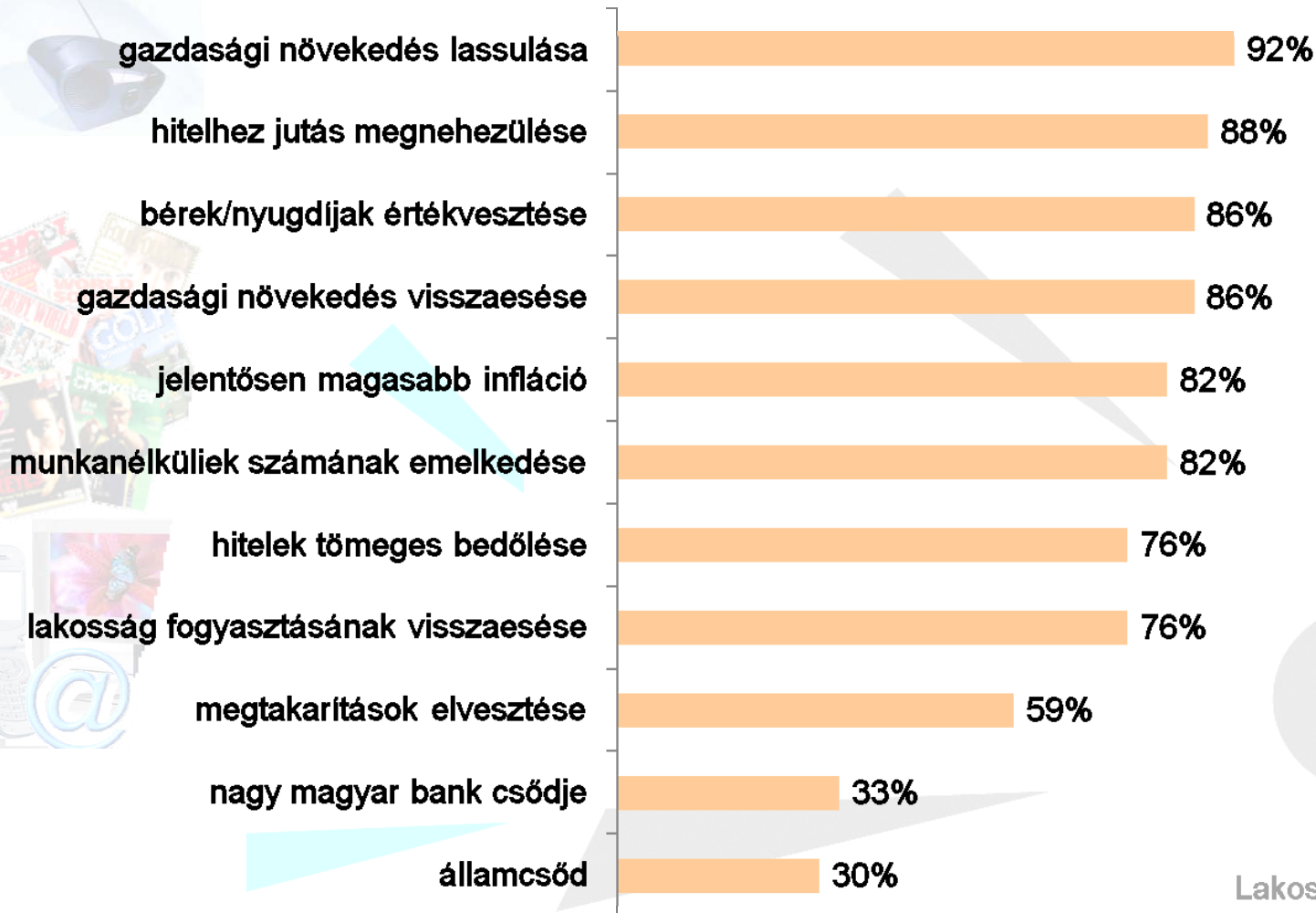


83%

**Vagy rövidtávon, vagy hosszú távon érinti a pénzügyi-gazdasági válság = 85%**

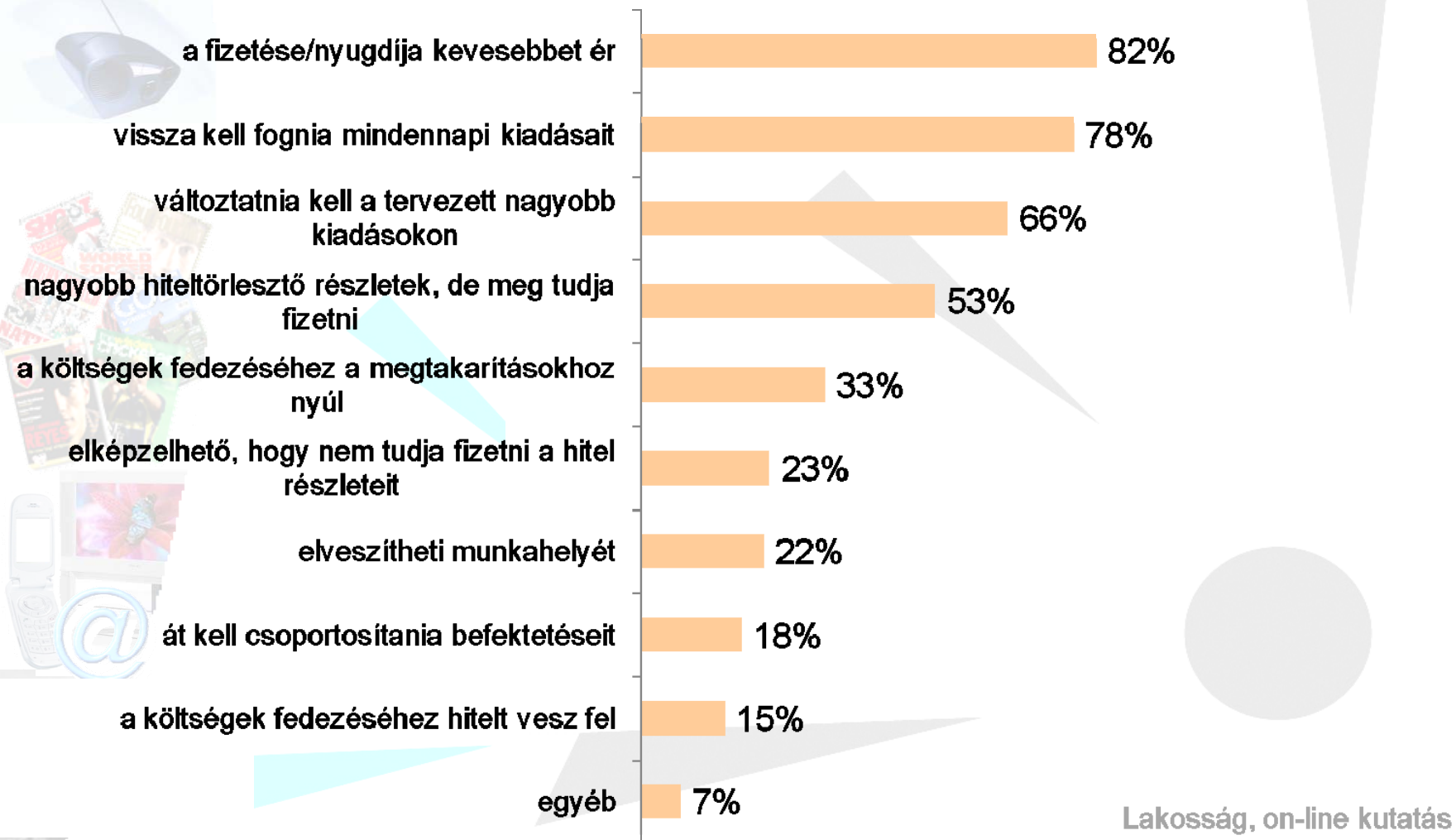
Lakosság, on-line kutatás

# A jelenlegi pénzügyi/gazdasági válság kapcsán Ön mennyire tartja valószínűnek a felsoroltak bekövetkeztét Magyarországon?



Lakosság, on-line kutatás

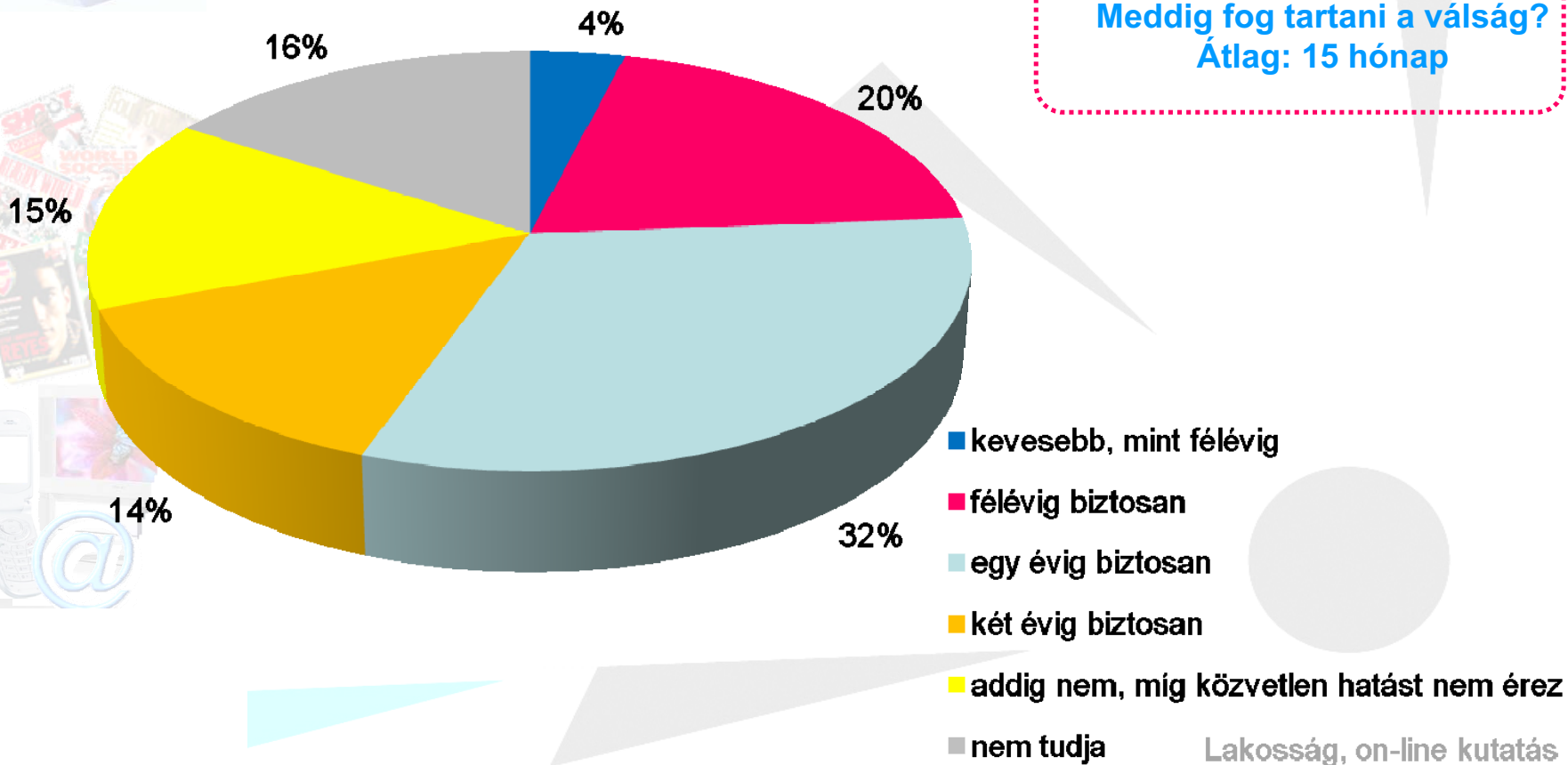
# A jelenlegi pénzügyi/gazdasági válságnak milyen hatásai lehetnek Önre vagy az Ön családjára a következők közül?



Lakosság, on-line kutatás

# Ön meddig érzi szükségesnek, hogy kiadásait visszafogja?

Meddig fog tartani a válság?  
Átlag: 15 hónap



## Ön elsősorban kire hallgat, amikor a pénzügyeiről van szó?

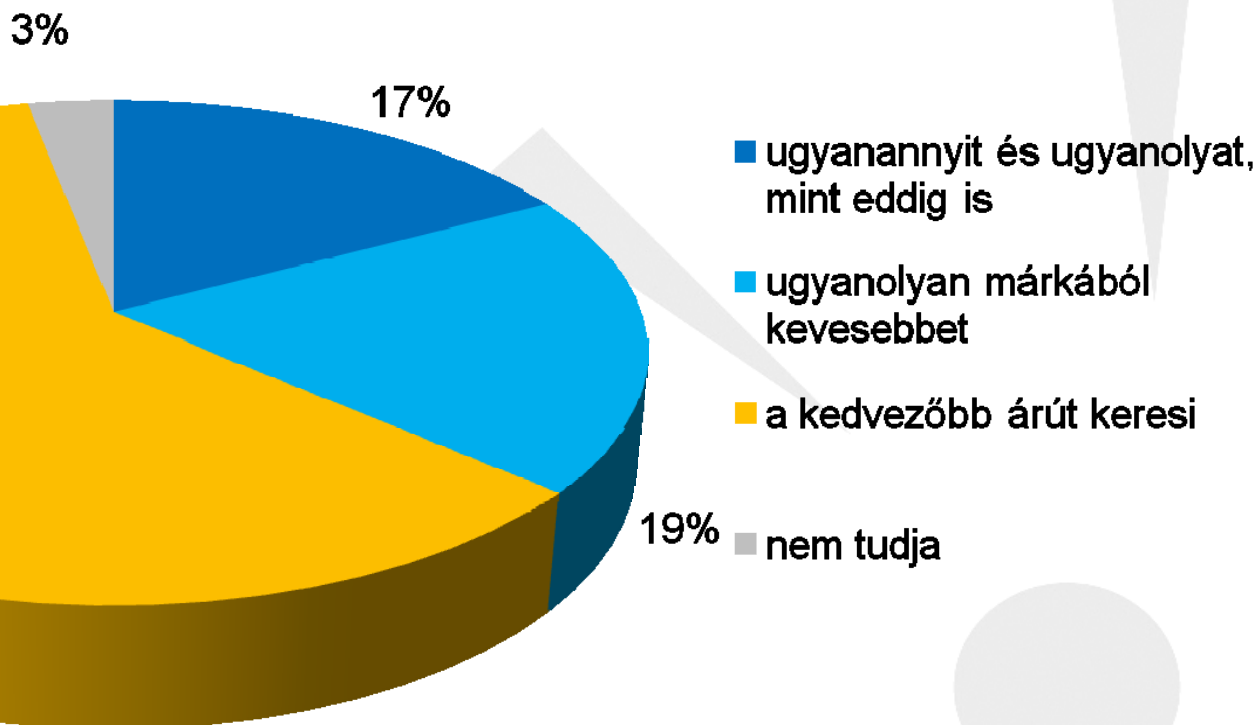


Lakosság, telefonos kutatás

# Mit gondol, hogy a felsoroltak közül melyik lesz érvényes Önre/Önökre a napi fogyasztási cikkek vásárlásával kapcsolatban?

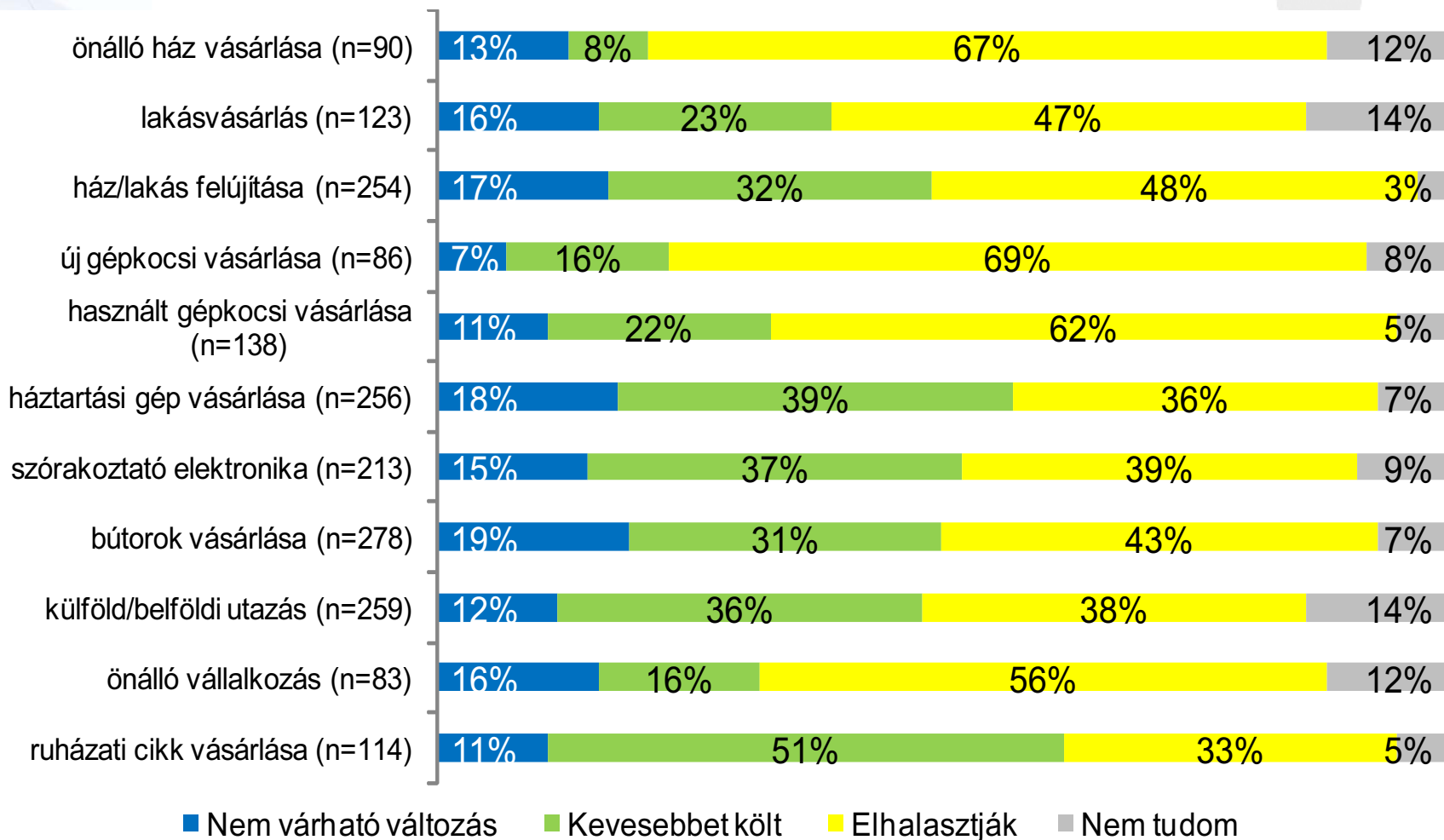


Szonda Ipsos

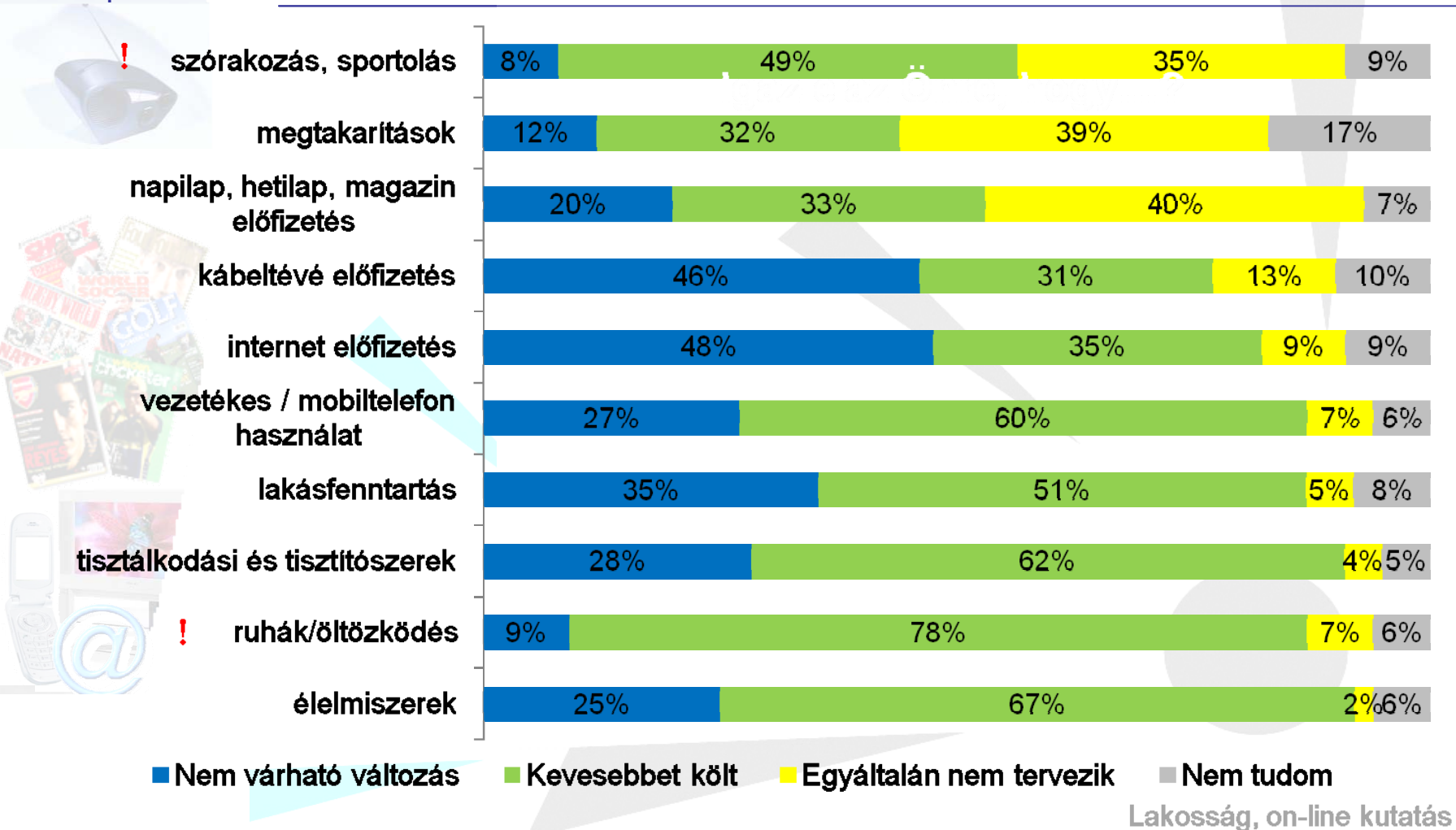


Lakosság, on-line kutatás

# A közeljövőben Önök a tervezett kiadásokat/vásárlásokat teljesen elhalasztják, kevesebbet fognak a célra költeni, vagy nem várható változás a tervezett kiadásban?



# Ön/Önök a következő kiadásokat várhatóan milyen mértékben fogja/fogják vissza a közeljövőben?





Szonda Ipsos



---

**Kontakt: Kovács Barna, kutatásvezető**

**Tel: 4767-702**

**Fax: 4767-601**

**E-mail: [kovacs.barna@ipsos-szonda.hu](mailto:kovacs.barna@ipsos-szonda.hu)**



Szonda Ipsos



---

**Köszönöm a figyelmet!**