

УАДМ подсчитала объемы рынка директ-маркетинга в 2011 году

Украинская ассоциация директ маркетинга (УАДМ) подсчитала объем рынка директ-маркетинга (ДМ) в 2011 году, а также представила прогнозы на 2012-ый.

Согласно данным Ассоциации в 2011 году рынок ДМ увеличился на 20% по сравнению с предыдущим годом, составив 1 141,90 млн грн. Особо развивалась в уходящем году отрасль контакт-центров (КЦ) – ее рост составил 31%. Такой показатель достигнут благодаря открытию новых КЦ-площадок и наращиванию объёмов уже существующих игроков. Сегменты адресного и безадресного директ-мейла в количественном показателе продемонстрировали несущественный рост, однако в денежном эквиваленте их объемы увеличились на 13 и 18% соответственно преимущественно за счет роста почтовых тарифов.

Увеличение маркетинговой компетентности как агентств, предоставляющих услуги, так и заказчиков позитивно отобразилось на сегменте «креатив, консалтинг и менеджмент проектов», в котором зафиксирован рост 35 %.

Что касается рынка адресных баз данных, то в 2011 году эксперты отмечают спад на 31%, что преимущественно связано с боязнью и непониманием игроков рынка нового Закона Украины «О защите персональных данных» и ростом активностей в различных партнерских проектах, в рамках которых коммуникация с потенциальными потребителями строится без передачи баз персональных данных.

В предстоящем 2012 году эксперты УАДМ пророчат рост по всем ДМ направлениям. Этому будут способствовать несколько факторов. «Во-первых, «натуральный» рост спроса на услуги ДМ, - объясняет Валентин Калашник, президент Украинской ассоциации директ маркетинга. – Во-вторых, дополнительными факторами использования адресного и безадресного директ-мейла, а также услуг контакт-центр станут такие значимые события, как парламентские выборы и чемпионат по футболу «Евро-2012». В-третьих, в Украине сохраняется стабильная тенденция выхода новых крупных европейских игроков рынка дистанционной торговли в Украину, которым характерно использование всего спектра ДМ-услуг. В то же время уже работающие на рынке компании каталожной торговли продолжают наращивать свои маркетинговые активности (особенно это касается вкладки в СМИ)».

В сегменте баз данных будет также наблюдаться значительный рост, который обусловлен, в том числе, стабилизацией после «лихорадочного» периода введения Закона Украины «О защите персональных данных» и ростом стоимости за адресную позицию в персональных базах данных, оформленных в соответствии с требованием данного закона.

	Итоги 2010 (млн грн)	Итоги 2011 (млн грн)	Изменения к 2010, %	Прогноз на 2012 (млн грн)
Директ-маркетинг, в том числе				
Безадресный директ-мейл	230,4	271,50	+18	305,00
Адресный директ-мейл	183	206,80	+13	228,00
Рынок адресных баз данных	5,94	4,10	-31	5,70
Креатив, консалтинг, менеджмент проектов	37,6	50,60	+35	60,50
Услуги контакт-центров	220	294,80	+34	347,00
Производство материалов для адресного директ мейла	238	276,00	+16	308,00
Вкладка в СМИ	32,7	38,10	+17	43,50
Всего:	947,64	1 141,90	+20	1 297,70