

Россия
июль/август 2014

DBCI



Digital Signage & DoOH
Business Climate Index

The pulse of the Digital Signage
and DoOH industry



invidis
CONSULTING

Исследование компании invidis
2014 RU 400



Рынок Digital Signage устойчив к политической ситуации



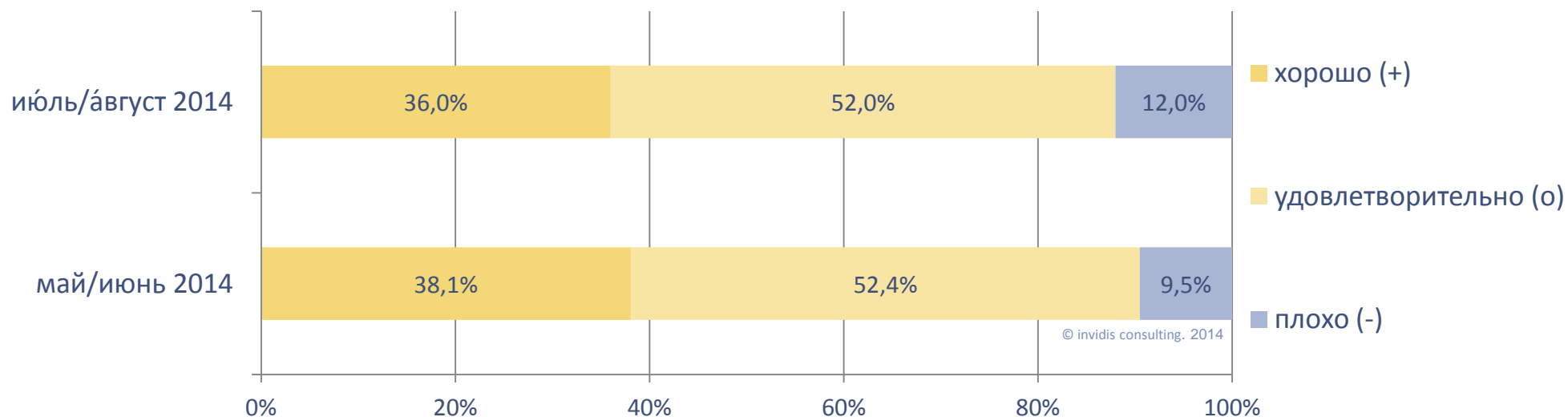
- Показатель Digital Signage Business Climate Index Russia измеряется уже второй раз в 2014 году. С момента последнего изучения индекса в мае показатель вырос с 10,95 базовых пунктов до 30,00 базовых пунктов
- Положительная тенденция DBCI отражает несколько позитивное деловое настроение в индустрии Digital Signage в России
- Несмотря на общие негативные тенденции в экономике России, обусловленные политической ситуацией, индустрия Digital Signage имеет более благоприятный прогноз на будущее. Процент участников рынка, ожидающих "более благоприятную" бизнес-ситуацию в ближайшие шесть месяцев, увеличился почти до 70%
- В индустрии Digital Signage в России большинство проектов, в частности, финансируемые правительством, имеют фиксированные сроки завершения к концу календарного года. Следовательно, проекты, на которые тендеры проводились в первой половине года, будут реализованы до конца года. Таким образом, рынок демонстрирует высокую уверенность в благоприятной бизнес ситуации во второй половине года
- 25 участник (Топ 5 компаний из разных сегментов)

1) DBCI RU май/июнь 2014



В целом положительная и устойчивая бизнес-ситуация

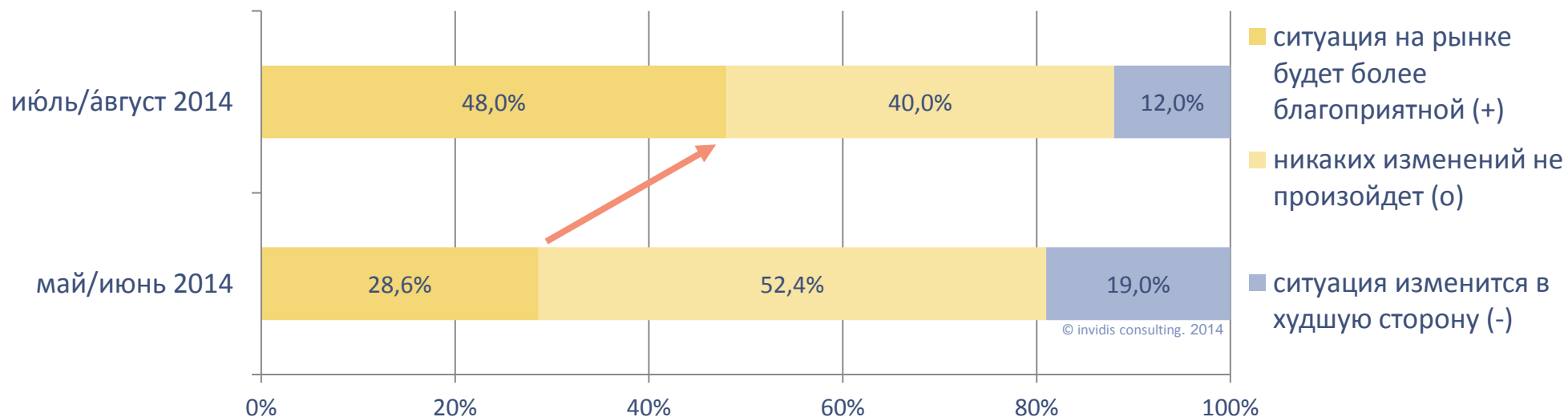
Как Вы оцениваете текущую бизнес ситуацию для Ваших продуктов/услуг на рынке Digital Signage?





Благоприятный прогноз на ближайшие шесть месяцев

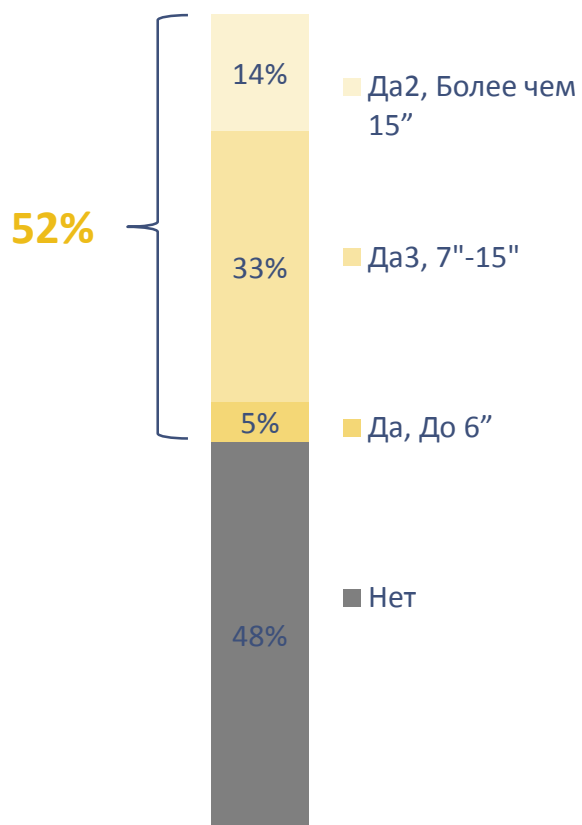
Каковы Ваши ожидания на ближайшие 6 месяцев?



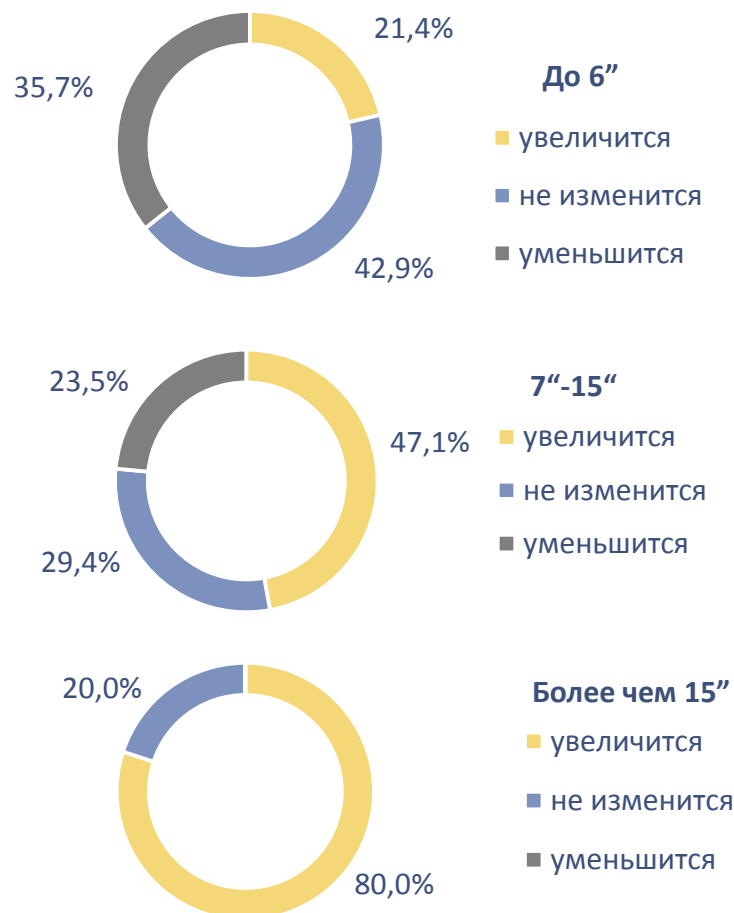


Высокий спрос на небольшие цифровые вывески

„Вы продавали или устанавливали маленькие профессиональные дисплеи (менее 32”) в проектах Digital Signage (если нет, участвовали ли Вы в проектах, где они использовались)?”



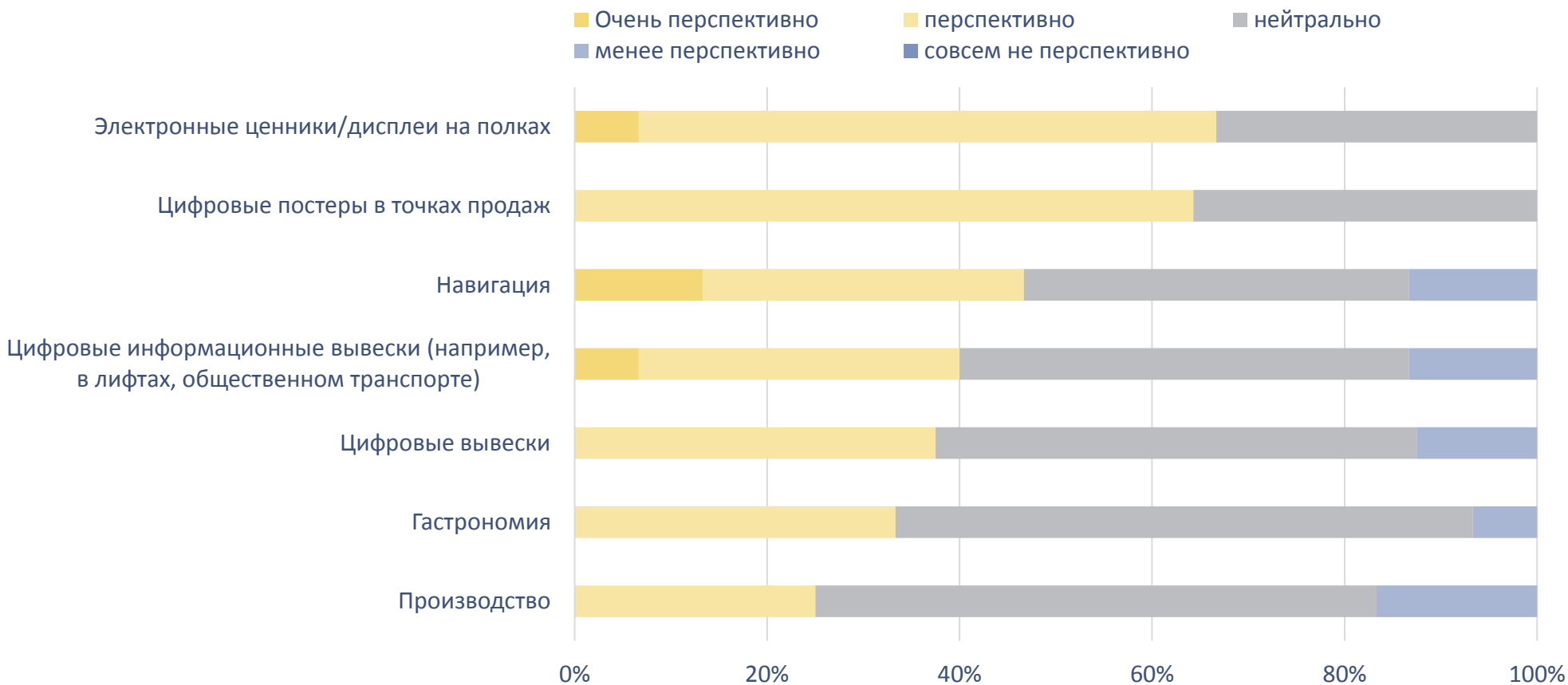
„На ваш взгляд, как изменится спрос клиентов на дисплеи меньше 32” в проектах Digital Signage в течение следующих 12-ти месяцев?”





Высокий потенциал небольших цифровых вывесок в ритейле

„Какие сферы наиболее перспективны для использования дисплеев менее 32”?”



 Креативность по-прежнему остается сложным вопросом для DooH индустрии

„Пожалуйста, оцените, насколько высоки трудности создания креативной кампании Digital-out-of-Home?“
„В настоящее время проводите ли Вы регулярные семинары для клиентов, чтобы рассказать им о различных возможностях создания креативной кампании с помощью технологии Digital-out-of-Home?“

Относительно разработки креативной кампании в индустрии DooH

8 из 10 участников рынка видят большие или очень большие трудности в области предоставляемого бюджета и на стадии разработки предварительной концепции (согласование с медиа).

Тем не менее, **40% к 50%** опрошенных компаний видят большие трудности в области рассмотрения различных ситуаций установки экранов (например, проходимость-/зоны ожидания) и в различных медиа и форматах изображений.

63% респондентов не проводят вообще или проводят нерегулярно семинары для клиентов, чтобы рассказать им о различных возможностях создания креативной кампании с помощью технологии Digital-out-of-Home.



Daniel Russell | Junior Analyst

invidis consulting GmbH
Rosenheimer Str. 145e
DE-81671 Munich
Daniel.Russell@invidis.com
Phone: +49 89 2000416-21
Mobile: +49 151 62438503



digital signage

8th MUNICH CONFERENCE

17 – 18 September 2014
Kempinski Hotel Airport Munich

Save the Date!

17. - 18. September
2014

