

DIGITAL ADVERTISING SERVICES MARKET – FEATURES AND TRENDS

PIAȚA SERVICIILOR PUBLICITĂȚII DIGITALE – PARTICULARITĂȚI ȘI TENDINȚE

GALERU Cristina, studentă, Specialitatea: MKL
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail autor: cristinagaleru@gmail.com

Abstract: Digital marketing services are becoming more and more requested and sought after both on the market of the Republic of Moldova and worldwide. Many companies are trying to attract consumers through numerous offers, commercials, through promotions of products and services on social networks. More and more people spend their time on internet, and companies are looking for long-term solutions to attract them: actual and potential customers. The use of modern marketing strategies is an important factor for entrepreneurial development and increase the turnover of the enterprise. The article is a theoretical approach, which highlights the particularities and trends of the digital advertising services market at local and global level. The article provides an overview of market demand and supply, the distribution of services in the field of digital marketing, recommendations and useful methods to increase visibility and notoriety among consumers and competitors in Republic of Moldova.

Key Words: Digital environment, advertising agency, digital services, campaigns, clients.

JEL CLASSIFICATION: M31, M37

INTRODUCERE

Importanța. În prezent, serviciile de publicitate digitală capătă un teren din ce în ce mai mare în domeniul marketingului. Fiecare companie își dorește să atragă cât mai mulți clienți, iar, în prezent, mediul online este unul favorabil pentru a se iniția și dezvolta o afacere.

În mediu, oamenii petrec de două ori mai mult timp pe internet, decât acum 10 ani, iar tendința este în creștere [1]. Conform www.statistica.com [2], începând cu anii 2019 și 2020, utilizarea zilnică medie de social media a utilizatorilor de internet din întreaga lume crește de la 142 de minute în 2019 la 145 de minute pe zi în 2020.

În Republica Moldova, serviciul de marketing digital este un sector în dezvoltare, ce se extinde tot mai mult. Vânzările online sunt din ce în ce mai utilizate și solicitate, în special, în condițiile pandemice în care se află întreaga lume. Utilizarea strategiilor moderne de marketing reprezintă un factor important pentru dezvoltarea antreprenorială și creșterea cifrei de afaceri a întreprinderii.

Obiective studiului realizat au implicat:

- Analiza marketingului digital la nivel global;
- Analiza ofertei și cererii pe piața Republicii Moldova a serviciilor de prestare a publicității în mediul digital;
- Analiza prețurilor pentru spoturi, campanii, bannere publicitare la diferite companii de publicitate din Republicii Moldova;
- Analiza modului de distribuție a serviciilor;
- Găsirea unor soluții pentru dezvoltarea acestui tip de servicii în Republica Moldova în contextul mediatizării și dezvoltării lumii virtuale.

CONȚINUT DE BAZĂ

Analiza surselor bibliografice și a metodelor de cercetare utilizate

Sursele bibliografice utilizate pentru cercetarea marketingului digital reprezintă site-uri de statistică la nivel global și național, cărți de marketing și site-uri ale companiilor de marketing digital și cele care oferă informații cu privire la ultimele tendințe și particularități. Metodele de cercetare sunt metoda calitativă, prin observație și analiză, și metoda cantitativă, prin statistică.

Marketingul digital la nivel global

Mediul virtual se extinde din ce în ce mai mult. Tot mai multe companii la nivel mondial, chiar țări întregi înțeleg faptul că din ce în ce mai multe achiziții au loc în mediul online, de aceea, încearcă să faciliteze acest proces printr-o strategie puternică și bine-definită a marketingului digital. Clienții, stând acasă, petrec mai mult timp în medul online, iar publicitatea digitală a crescut cu 24,7% [3]. Tendințele anului 2021 din SUA și întreaga lume arată că se va continua investirea în publicitatea digitală, aceasta ajungând chiar și la 50% din totalul cheltuielilor. Analizând sezonul sărbătorilor de iarnă din anul 2020, observăm faptul că tendința de a cumpăra online a crescut cu 22% [4]. Astfel, au putut fi atenuate ambuteiajele sau cozile enorme de la market, din piețe sau mall-uri, mai ales în condițiile restricțiilor pandemice. Chiar și în Republica Moldova se observă tendința companiilor de a-și promova produsele sau serviciile predominant în mediul online.

În această direcție de idei, pentru anul 2020, www.statistica.com afirmă faptul că au fost cheltuiți 332.8 miliarde de dolari americani. În anul 2020, când lumea a fost lovită de COVID-19, doar două tipuri de promovare digitală au reușit să mențină rate de creștere pozitive: social media și căutare plătită, pe când cheltuielile cu afișajul digital (non-video), video și publicitatea clasificată au scăzut. Astfel, putem menționa că, pentru anul 2020, veniturile totale din serviciile publicitare digitale, la nivel global, au constituit 649.2 miliarde dolari americani.

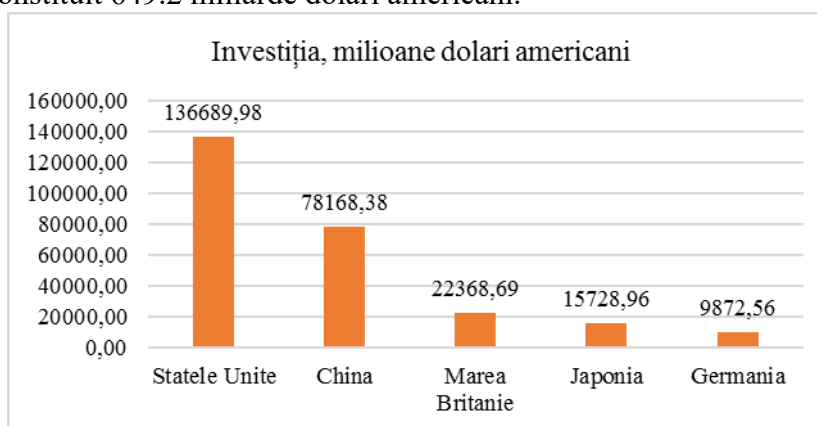


Figura 1: Cheltuielile în marketing digital în anumite țări pentru anul 2020

Sursă: www.statista.com/statistics/459632/digital-advertising-revenue-countries-digital-market-outlook/

În figura nr. 1, se observă că în anul 2020, pentru serviciile de marketing digital, cel mai mult a cheltuit SUA ajungând la 136 689.98 milioane dolari americani, urmată de China, Marea Britanie, Japonia și Germania.

Republica Populară Chineză este una dintre promotoarele erei digitale moderne. Având o populație de aproximativ 1.44 miliarde, piața chineză este masivă, având oportunități semnificative ce sunt acoperite de marile branduri. Astfel, marketingul digital deține foarte multe oportunități de exploatare. Conform datelor de pe site-ul eMarketer, în anul 2021 cheltuielile pentru publicitate vor crește cu 5%, chiar dacă situația pandemică a afectat mult economia Chinei, estimându-se un total de 75.33 miliarde de dolari. Acest lucru, în condițiile pandemice, se datorează faptului că tot mai mulți consumatori optează pentru achiziții online [5]. Cele mai importante agenții de publicitate sunt: Orangeblowfish, Resonance, 4HK, Populis Digital, Ming Labs. Prețurile pentru serviciile acestor companii sunt foarte diferite. Astfel, agenția Orangeblowfish oferă servicii de poziționare și branding, de la 25000 euro, design graphic de la 6000 euro. Agenția Resonance oferă servicii de publicitate online, de la 10000 euro și strategii în domeniul digital începând cu 5500 euro.

În același timp, pe piața României, numărul de utilizatori de internet și de cumpărători este încă la un nivel, care ne arată că nu este matură. Conform raportului GPcC [6], publicat la 3 februarie 2020, e-Commerce-ul românesc a depășit pragul de 4.3 miliarde de euro la finalul anului 2019, cu aproximativ 21% mai mult decât în anul 2018. Cea mai mare parte a bugetelor online sunt îndreptate către Google – Google Ads, Facebook, Instagram și YouTube. Zilnic, românii petrec în mediul online în jur de 7 ore și 26 de minute, 3 ore și 20 de minute – în fața televizorului, 1 oră și 22 minute citind. Cele mai vizitate

platforme media sunt [7]: YouTube, Facebook, WhatsApp, Instagram, Pinterest, Tik Tok, etc. Din aceste date putem observa ce canale pot fi valorificate intens, atunci când căutăm soluții de marketingul digital. Cele mai cunoscute agenții din România sunt: Hogarth Worldwide, Centrade Integrated, ZITEC, MRM Parteneri, Kubis, Tribal Worldwide Digital, Conversion Marketing, SeoPro.

Analiza ofertei în Republica Moldova

Piața serviciilor de publicitate din Republica Moldova este relativ tânără, însă cu un potențial destul de mare de dezvoltare. Conform site-ului www.totul.md, pe piața Moldovei sunt prezente 143 agenții ce prestează servicii de internet, 51 de agenții de servicii de design, 23 de companii de suvenire cu caracter publicitar, 13 agenții de consultații de marketing, 342 agenții de publicitate, 21 de companii producătoare de materiale poligrafice și 7 redacții de publicații periodice. Analizând aceste cifre, putem concluziona că oferta pe piața Republicii Moldova de marketing digital este una cu perspective mari de dezvoltare. Și, conform site-ului md.kompass.com, sunt menționate 37 de agenții de publicitate ce prestează astfel de servicii. Cercetând mai multe companii de prestare a serviciilor de publicitate digitală, observăm că acestea atrag consumatori din diferite industrii, cum ar fi: arhitectură și design, construcții, finanțe, spitale, companii de asigurări, IT, restaurante, telecom etc.

Putem menționa că oferta este localizată preponderent în Chișinău, Dondușeni, Cahul, Edineț, Tiraspol. Datorită faptului că Municipiul Chișinău este capitala și unitatea administrativă de bază a Republicii Moldova, aici să află numeroși și potențiali clienți, locația fiind una strategică pentru agenții, având acces mai ușor la echipamentul necesar. În urma cercetării a 6 agenții de publicitate: Emarketing, ASAP, VivaKi Moldova, New Light Digital, Mdigital, Granat, observăm varietatea de servicii digitale oferite: de la design grafic, social media marketing până la auditul site-ului și campaniilor prin Google Ads. Putem menționa că acest tip de servicii asigură creșterea competitivității și a eficienței acțiunilor întreprinse de agențiile date. Agenția Cherry Digital Agency solicită de la clienți un buget minim de 5.000 \$ per proiect. În același timp, agențiile Digital Ego și Digital Creative Agency Fruits lucrează cu bugete de la 10.000 \$, pe când compania Mihai Siscanu lucrează cu proiecte de la 1.000 \$. În ceea ce privește distribuția, canalele serviciilor de publicitate sunt foarte diverse, implicând: Facebook, Twitter și Microblogging, LinkedIn, Snapchat, Google Plus+, Tumblr, Instagram, Pinterest, SlideShare, Forumuri online, YouTube, Reddit, Blogging, etc.

Analiza cererii pe piața Republicii Moldova

În condițiile crizei pandemice, putem menționa că întreprinderile din Republica Moldova încep a conștientiza tot mai mult importanța serviciilor de marketing digital. Un studiu realizat în anul 2019 de Valeri Gagauz [8], în care au fost intervievați 20 de antreprenori, arată că proprietarii IMM-urilor nu acordau o atenție cuvenită digitalizării proceselor de afaceri, analizării datelor și optimizării proceselor de lucru.

În urma cercetării efectuate, la momentul actual, a agențiilor de publicitate, observăm că acestea deservește clienți din diverse domenii. ASAP Digital are drept clienți: REMARK imobil, Kinezis-Vita, stomatologia BIDENT, TRATTORIA, Tekwill Academy kids, Niagara fitness club etc. [9] Agenția GoodMedia, are drept clienți: Liceul Teoretic "Spiru Haret", StarNet, ASTERRA GROUP, BIS Moldova, Confort, NEOGYM, Supraten etc. [10]. Din cele listate mai sus, deducem faptul că există o concurență destul de mare între agenții pentru a obține clienți și pentru a publica un conținut care să genereze leaduri și venituri atât clienților cât și lor înșiși. În același timp, conform www.semseo.md [11], prețurile variază în funcție de serviciul solicitat.

CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI

Marketingul digital devine din ce în ce mai utilizat, datorită transferării piețelor off-line pe platforme online. Astăzi, cu o infrastructură digitală dezvoltată, schimbările se întâmplă mult mai rapid. Instrumentele tradiționale și cele netradiționale suferă schimbări drastice odată cu dezvoltarea tehnologiei. Căutarea plătită este o practică care generează trafic web prin cumpărarea reclamelor pe motoarele de căutare. Odată cu dezvoltarea inteligenței artificiale, targetarea va fi mult mai exactă, ajungând mult mai ușor la consumator.

De la bannere publicitare până la bănci de date, marketingul digital se dezvoltă continuu, pentru a satisface cerințele consumatorilor și ale brandurilor. Companiile internaționale au un potențial de expansiune destul de mare, cu mai mult de 3,48 miliarde de utilizatori ai rețelelor de socializare, care pot deveni clienți efectivi, aceștia reprezentând 42% din globul pământesc sau 80% din cei care utilizează internetul [3].

În Republica Moldova, potențialul rețelelor de socializare este în jur de 1 milion de clienți. Acesta este un număr destul de mic, de aceea, este nevoie să fie utilizată și publicitatea pe posturile de televiziune, radio și bannere publicitare. De asemenea, piața se poate extinde în afara țării pentru a putea ajunge la cât mai mulți clienți potențiali. Cele mai apropiate țări ar fi: România, Ucraina, Rusia, Bulgaria.

Pentru o intensificare a prestațiilor în domeniul marketingului digital, pot fi propuse astfel de soluții și idei:

- Creșterea numărului de agenții de publicitate, de audit și de monitorizare, care să evalueze și să cuantifice piața [12];
- Familiarizarea IMM-urilor cu avantajele dezvoltării și lansării produselor pe rețelele de socializare în scopul informării clienților și vânzării ulterioare a produselor;
- Optimizarea motoarelor de căutare SEO, pentru un volum mai mare de vânzări;
- Realizarea parteneriatelor cu alte țări și creșterea exporturilor marketingului digital, datorită fondului nostru intelectual și creativ;
- Cunoașterea aprofundată a segmentului țintă, pentru a realiza campanii publicitare efective;
- Crearea unui brand puternic, foarte bine diferențiat;
- Căutarea noilor modalități și idei de marketing.

Putem presupune că, implementarea următoarelor strategii vor permite o creștere considerabilă a vânzărilor și a relevanței serviciilor de marketing pentru întreprinderile din Republicii Moldova indiferent de domeniul de activitate, ar permite o majorare a PIB-ului de cel puțin 10%.

REFERINȚE BIBLIOGRAFICE:

1. Introducere în Marketingul Digital, *Șase pași cu care să începi, pentru un Business de Succes în Online*, disponibil la <https://creativ.ro/public/photos/upload/pages/0/245/image/creativ-ghid-marketing-online.pdf>, accesat în data de 02.04.2021
2. *Timpul zilnic petrecut pe rețelele sociale de către utilizatorii de internet din întreaga lume din 2012 până în 2020*, <https://www.statista.com/statistics/433871/daily-social-media-usage-worldwide/>, accesat în data de 04.04.2021
3. BRITTANY C. *Digital marketing statistics that will shape 2021* <https://getcake.com/blog-digital-marketing-stats/>, accesat în data de 17.02.2021
4. KELLEHER E. *Anunțurile digitale cheltuiesc mai mult pe măsură ce consumatorii fac cumpărături de acasă*, <https://www.luxurydaily.com/covid-19-pandemic-fails-to-dent-advertising-spend-and-conversion-rates-over-2020-holidays>, accesat în data de 25.02.2021
5. CHAFFEY D. *10 motive pentru care ai nevoie de o strategie de marketing digital în 2021*, <https://www.smartinsights.com/digital-marketing-strategy/10-reasons-for-digital-marketing-strategy/>, accesat în data de 05.04.2021
6. RADU A. *Raport GPeC E-Commerce România 2019*, <https://www.gpec.ro/blog/tag/raport-gpec>, accesat în data de 12.04.2021
7. KEMP S. *DIGITAL 2019: PREZENTARE GLOBALĂ DIGITALĂ*, <https://datareportal.com/reports/digital-2019-romania>, accesat în data de 28.02.2021
8. GAGAUZ V. *Digital marketing in the practice of small and medium enterprises in the Republic of Moldova*, <https://economy-sociology.ince.md/?edmc=3154>, accesat în data de 28.02.2021
9. <http://asap.md/>, accesat în data de 28.02.2021
10. Clienții agenției "GoodMedia", <http://goodmedia.md/index.php?module=portfolio&menu=3&smenu=1>, accesat în data de 14.02.2021
11. Prețuri pentru serviciile digitale, <https://semseo.md/ro/prices/>, accesat în data de 01.03.2021
12. SVEND H., KOTLER P., OPRESNIK O. *Social Media Marketing. A practitioner Guide*, Third Edition, SUA: Amazon Fulfillment, 2017. 200p.

Coordonator științific: SAHARNEAN Liliana, lect. univ.
Academia de Studii Economice din Moldova
Republica Moldova, Chișinău, str. Bănulescu-Bodoni 61, www.ase.md
e-mail: saharnean.liliana@ase.md