

adex

IAB Serbia 2011

Studija o potrošnji na digitalno i interaktivno oglašavanje
u Srbiji za 2011. godinu

Adex 2011

- IAB kao institucija pruža referentne podatke o veličini i obimu tržišta digitalnog oglašavanja širom sveta.
- Prve podatke o stanju na online tržištu IAB je objavio 1996. godine za tržište SAD-a.
- IAB Europe 2006. godine pokreće Adex projekat za Evropu.
- Prvi put ove godine, Srbija učestvuje u Adex istraživanju IAB Europe sa podacima o potrošnji na digitalno oglašavanje iz 2011. i 2010. godine.

adex

iab serbia

Metodologija

adex

iab serbia

Metodologija

- Podaci korišćeni u ovom izveštaju su rezultat kalkulacije, istraživanja i procene stručnog tima IAB Serbia.
- Pokriveni segmenti tržišta uključuju sledeće kategorije:
 - display advertising
 - search-engine marketing
 - plaćeni oglasi i listinzi
 - mobilni marketing i
 - ostalo (kontekstualno oglašavanje, social marketing, Facebook oglasi, affiliate marketing, content marketing, e-mail i newsletter marketing, SEO itd).



NETO*



Naplaćeni prihodi

* Procena se odnosi na iznose koji su dobijeni primenom klijentskih popusta na rate-card cene oglašavanja.

Navedene vrednosti ne uključuju agencijske popuste, provizije itd.

adex

iab serbia

Najvažniji podaci

adex

iab serbia

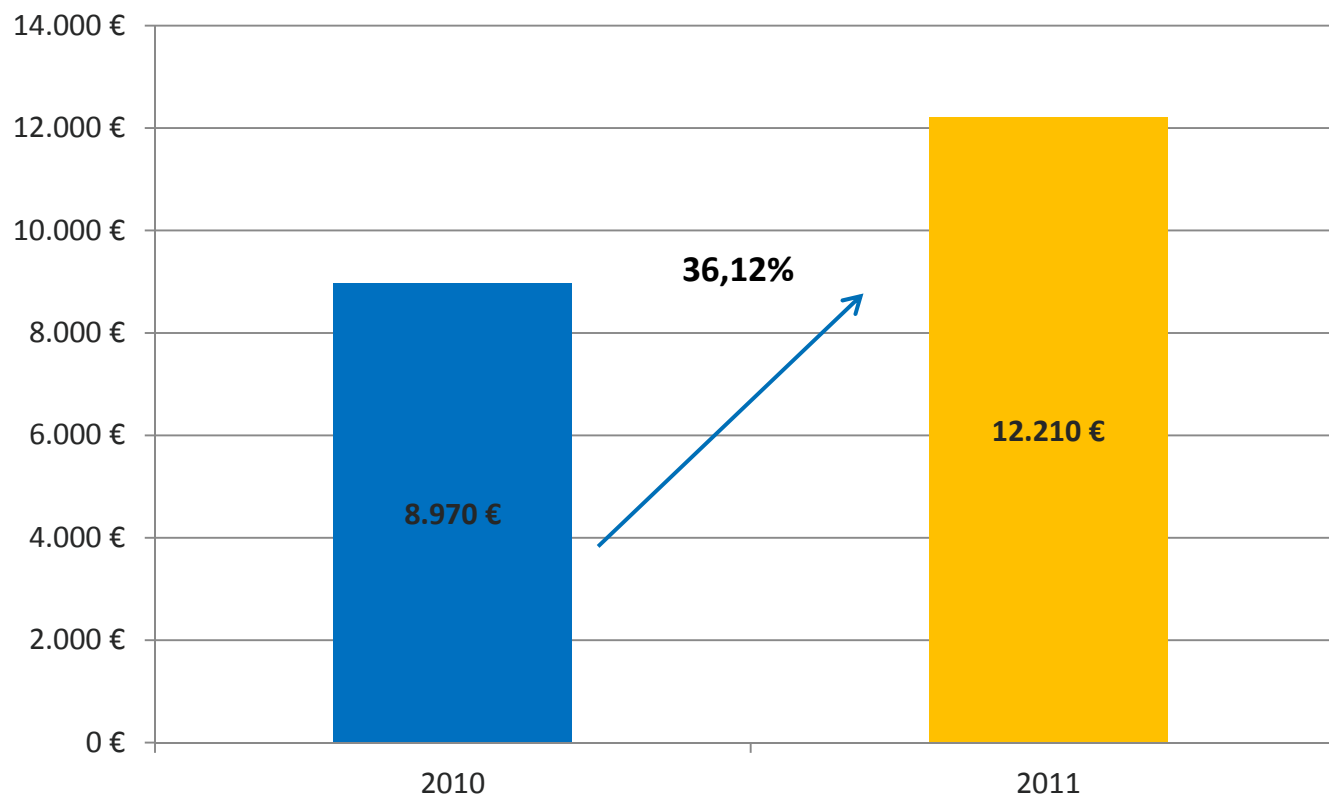
Ukupna vrednost tržišta u 2011.:
€12,21 miliona

adex

iab serbia

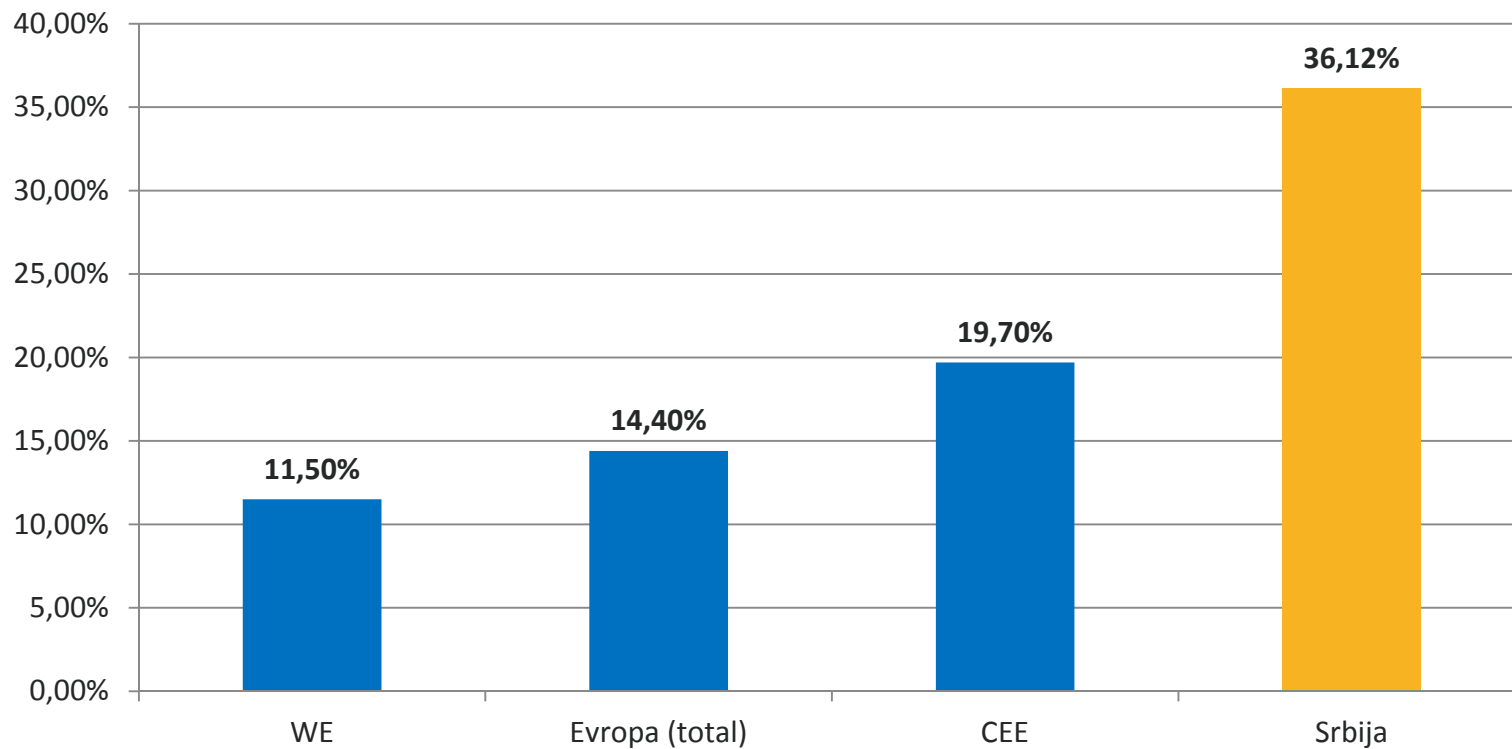
Rast tržišta digitalnog oglašavanja

Ukupan rast tržišta 2010 - 2011 ('000 €)

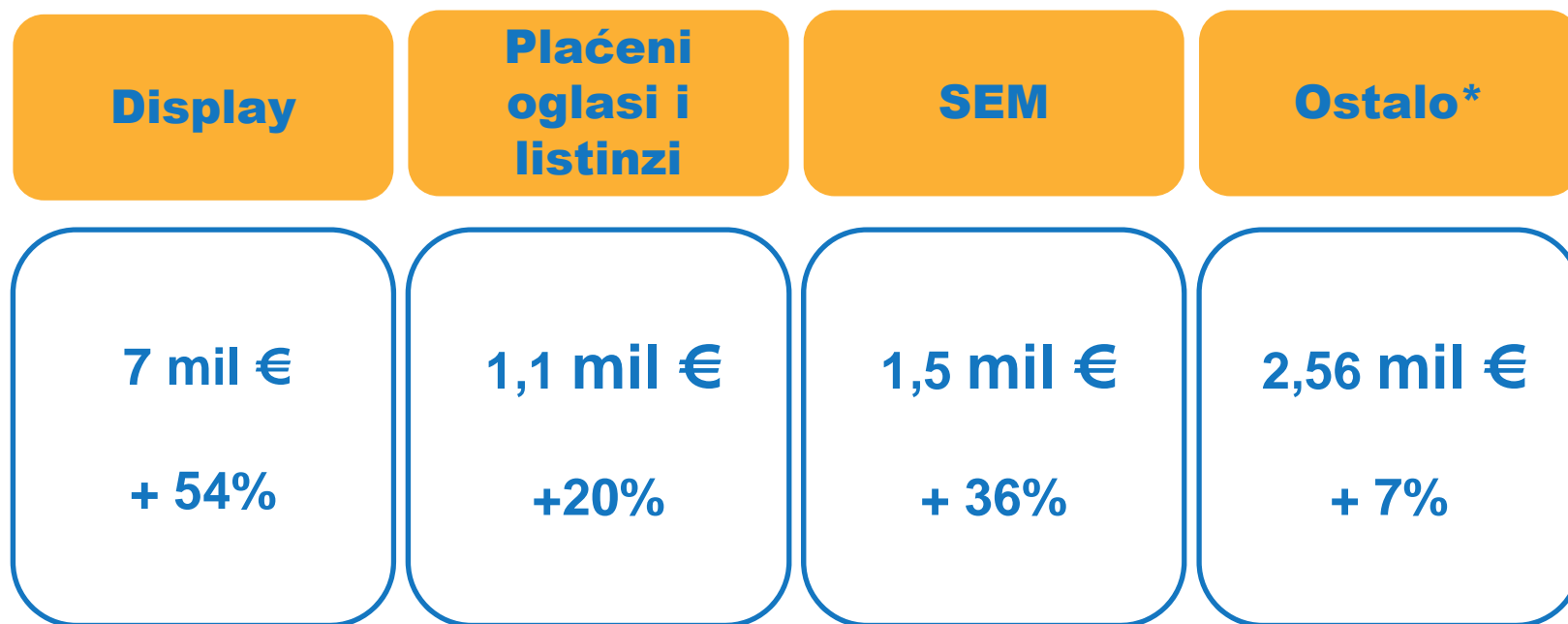


Srbija u okviru EU

Poređenje stope rasta (EU)



Vrednost tržišta po ključnim segmentima u 2011. godini



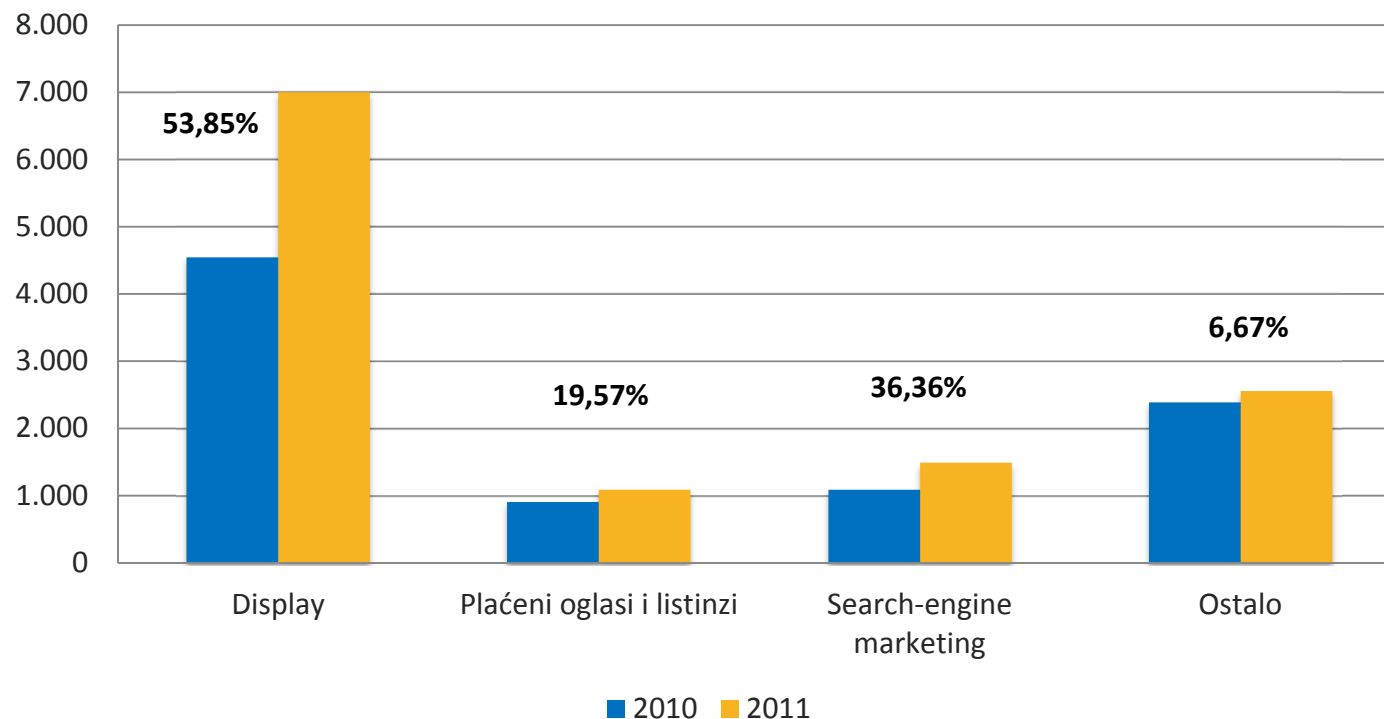
adex

* ne uključuje mobilni marketing

iab serbia

Rast tržišta digitalnog oglašavanja

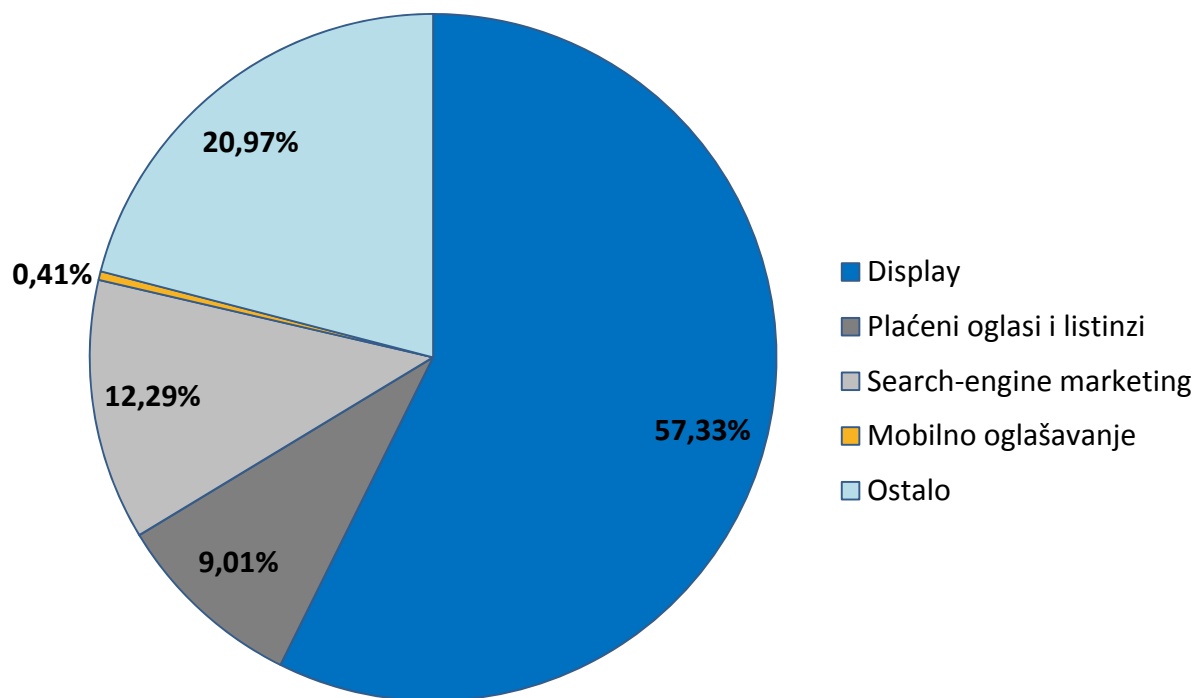
Rast tržišta po ključnim segmentima (2010-2011)



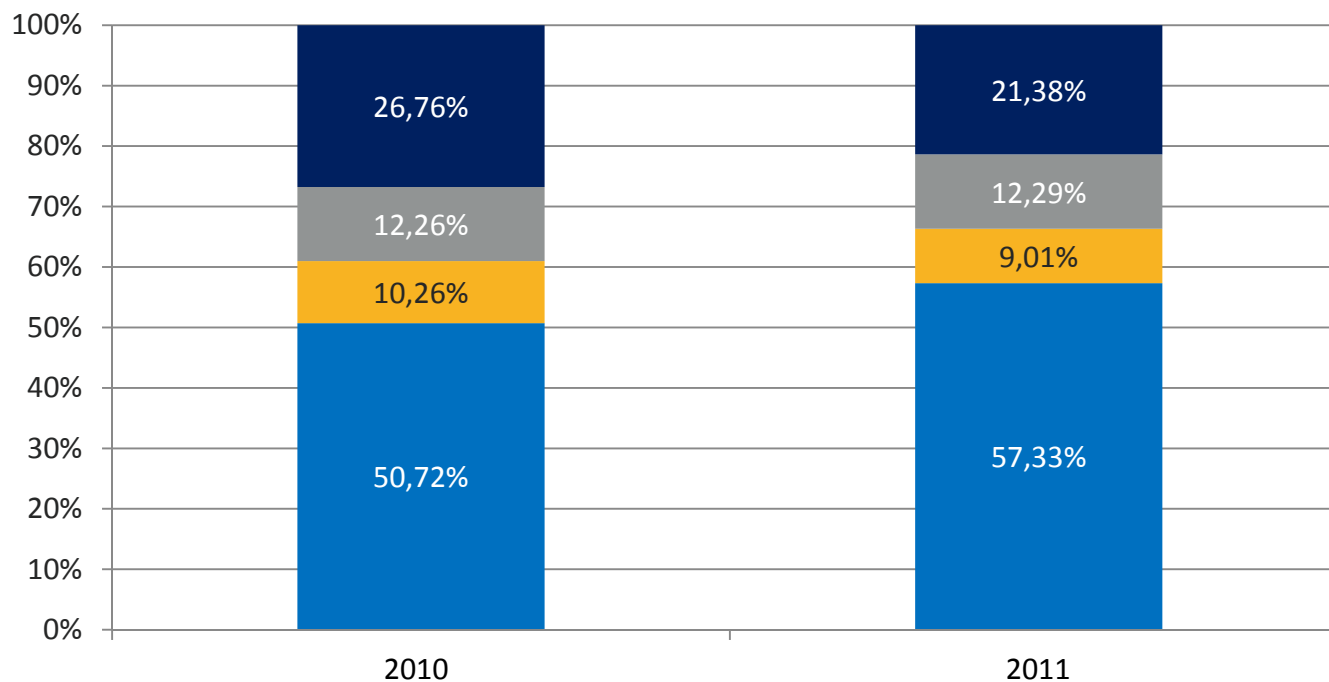
* Kategorija 'ostalo' ne uključuje mobilni marketing



Udeo ključnih segmenata u ukupnoj vrednosti tržišta u 2011. godini



Udeo ključnih segmenata u ukupnoj potrošnji 2010. -2011.



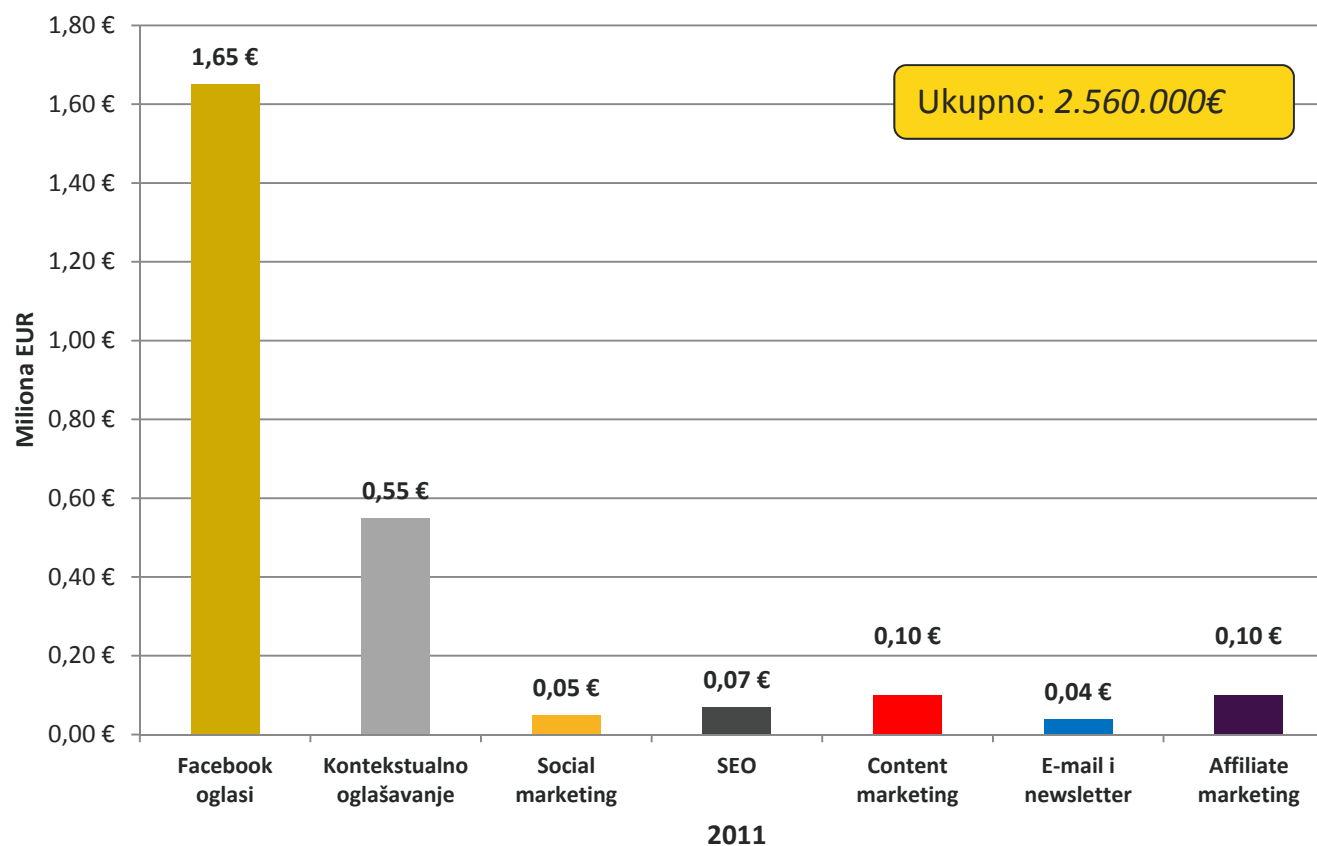
■ Display ■ Plaćeni oglasi i listinzi ■ Search-engine marketing ■ Ostalo*



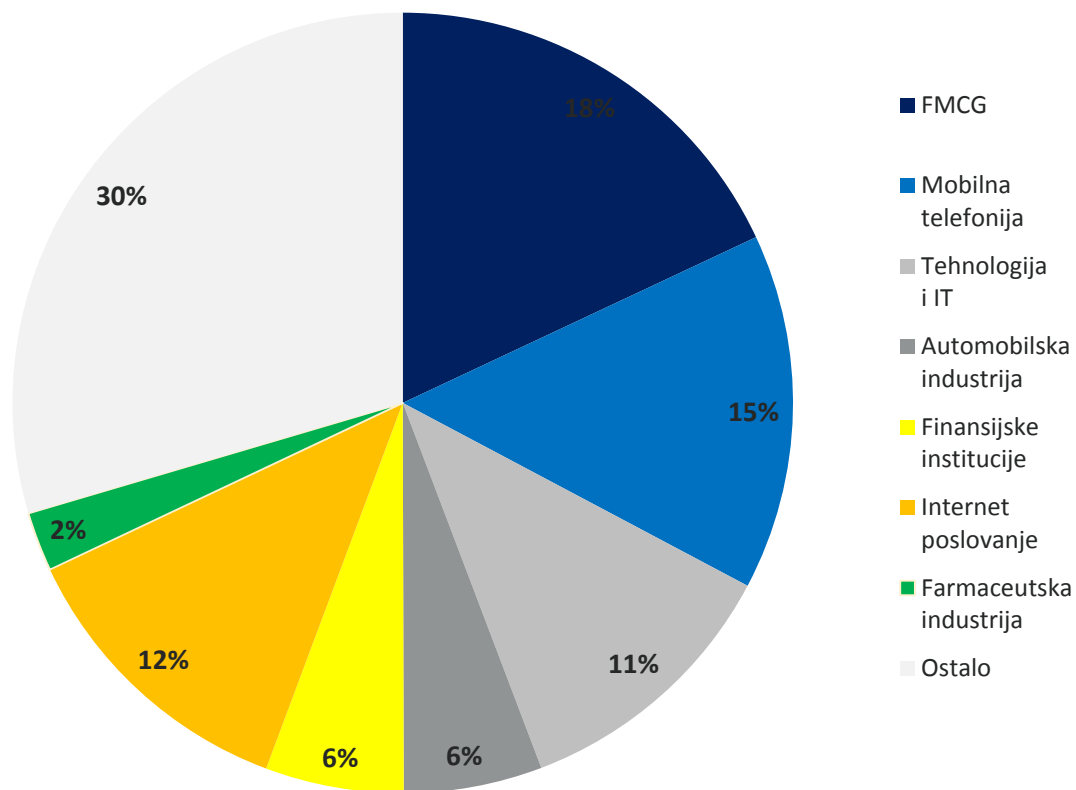
* Kategorija 'ostalo' u ovom grafikonu obuhvata i mobilni marketing.



Raspodela potrošnje u kategoriji 'Ostalo'



Struktura potrošnje na digitalno oglašavanje prema industrijama u 2011.



Ključni podaci i trendovi:

- Ukupna vrednost tržišta digitalnog i interaktivnog oglašavanja u 2011. godini procenjena je na **12.210.000€**.
- Rast ukupne vrednosti tržišta procenjen je na **36,12%**, uprkos periodu ekonomske krize.
- Najveći rast zabeležilo je **display oglašavanje (54%)** čime ovaj segment doprinosi ukupnoj vrednosti tržišta u 2011. sa **57%**.
- Pored display oglašavanja, veliki rast je zabeležilo i **oglašavanje na pretraživačima (36%)**, od kojih apsolutnu dominaciju ima Google.
- Tržište **mobalnog oglašavanja** u 2011. se procenjuje na samo **50.000€**, a njegov dalji rast će biti beležen budućim Adex istraživanjima. Vrednost za 2010. godinu nije data jer se smatra zanemarljivo niskom.





Professionalise



Promote



Protect



Prove

Za više informacija ili objavu za medije,
molimo kontaktirajte nas na contact@iab.rs

adex

iab serbia