

6ª Edição

AGENCY
SCOPE

BRASIL 2016

Novembro 2016

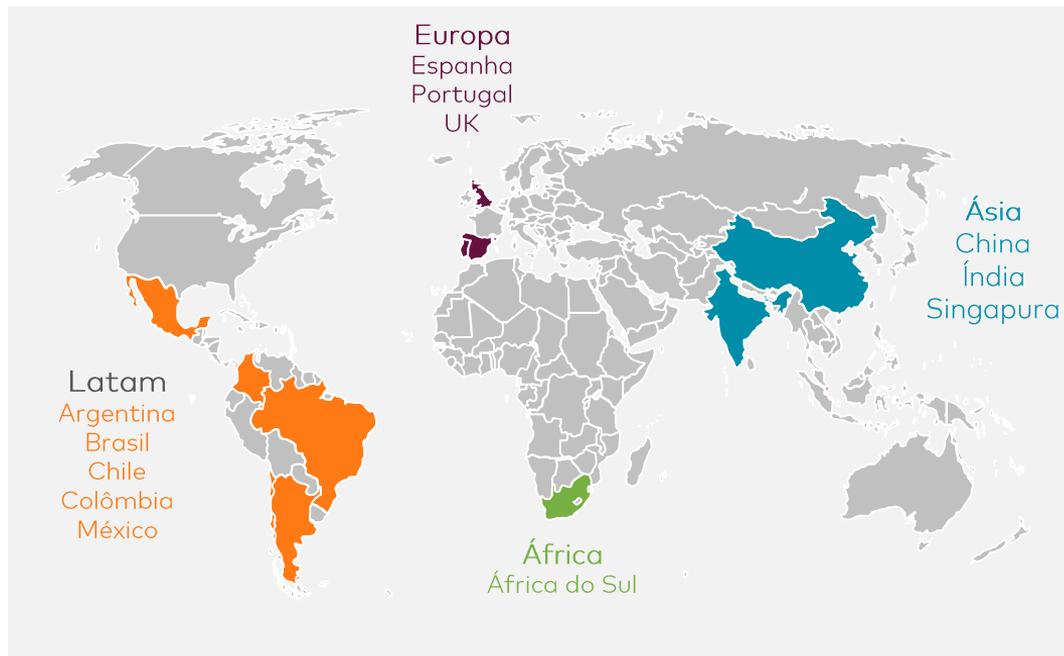
Quem somos?

SCOPEN oferece **Consultoria Estratégica** para a Indústria da Comunicação, com produtos e serviços específicos para Agências, Anunciantes e Meios de comunicação sobre uma base de Investigação única e sólida.

Somos uma **equipe** de mais de 40 profissionais que mesclam conhecimento, experiência e visão para assessorar, recomendar e agregar valor a nossos clientes.

Entrevistamos mais de **2.500 diretores de Marketing e Publicidade** e trabalhamos com mais de **500 agências** no mundo.

Presente em **12 mercados e 4 continentes, desde 1990.**



Como funciona o estudo AGENCY SCOPE?



Perfil da amostra

ENTREVISTADOS	2012	2014	2016	
ANUNCIANTES QUE AVALIAM AGÊNCIAS	323	351	405	+54
AGÊNCIAS INTEGRADAS / PUBLICIDADE	200	278	342	
AGÊNCIAS DE LIVE MARKETING	56	80	73	
AGÊNCIAS DIGITAIS	92	142	162	
DIRETORES DE COMPRAS	--	14	42	+28
PROFISSIONAIS DE AGÊNCIAS	178	174	304	+130
ENTREVISTAS TOTAIS	501	539	751	

RELAÇÕES	2012	2014	2016
ANUNCIANTES QUE AVALIAM AGÊNCIAS			
AGÊNCIAS INTEGRADAS / PUBLICIDADE	619	606	537
AGÊNCIAS DE LIVE MARKETING	136	149	108
AGÊNCIAS DIGITAIS	225	262	243
RELAÇÕES TOTAIS	980	1017	874

Base: PROFISSIONAIS (anunciantes e profissionais de agências) entrevistados em 2012, 2014 e 2016. Dados em menções

Empresas-Anunciantes participantes (Das 372 empresas entrevistadas, cerca de 85% aceitou divulgar o logo como participante do estudo)



Pergunta Espontânea
Bases: ANUNCIANTES entrevistados em 2016 (405). Dados em menções

Dados de classificação (Amostra de anunciantes)

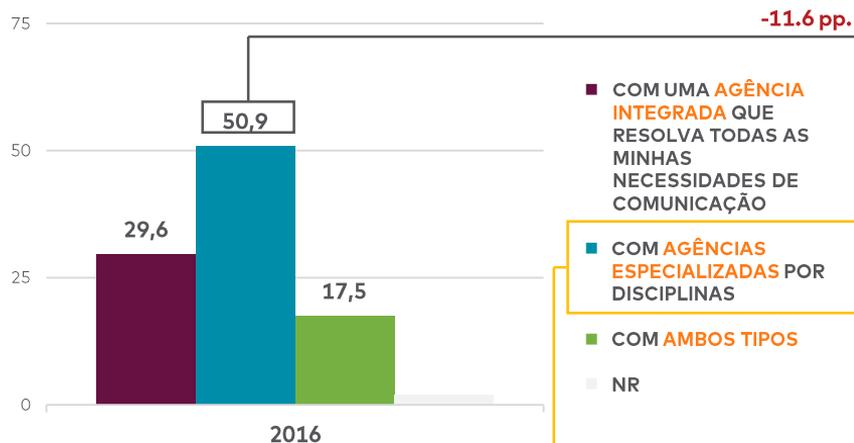
	2012	2014	2016		2012	2014	2016		2012	2014	2016
CARGO DO ENTREVISTADO				GRANDE CONSUMO	31.0	29.9	28.3	SERVIÇOS	39.6	42.1	46.5
PRESIDENTE / DIRETOR GERAL	1.2	4.0	6.8	ALIMENTAÇÃO	13.0	12.0	12.6	FINANÇA E SEGUROS	7.7	7.1	8.2
VP DE MARKETING CORPORATIVO	5.0	7.4	7.2	BEBIDAS	6.2	6.6	6.8	TELECOMUNICAÇÕES E .COM	7.4	5.1	5.8
DIRETOR DE MARKETING	28.2	32.5	30.1	BELEZA / PERFUMARIA E HIGIENE	7.1	4.0	2.1	SERVIÇOS PÚBLICOS E PRIVADOS	2.8	4.0	11.0
GERENTE DE MARKETING / PUBLICIDADE	40.2	34.8	31.3	LIMPEZA	0.9	3.1	4.0	TRANSPORTE / VIAGENS / TURISMO	1.9	2.0	3.3
DIRETOR / GERENTE DE COMUNICAÇÃO	7.7	9.9	7.3	TABACOS	0.3	0.3	0.2	VAREJO	6.5	6.8	9.6
DIRETOR DE MÍDIA	2.5	0.9	3.0	SAÚDE / FARMÁCIA	3.4	4.0	2.6	ENERGIA	0.9	2.8	0.9
GROUP BRAND MANAGER	3.7	7.4	9.6					CONSTRUÇÃO	5.6	6.0	3.3
DIRETOR DIGITAL	--	2.3	1.9	CONSUMO DURADOURO	24.1	26.2	22.2	CULTURA / TEATRO / MÍDIA / COMUNICAÇÃO	6.8	8.3	4.4
SUPERVISOR / COORDENADOR /ANALISTA	6.2	--	2.8	LAR E ELETRODOMÉSTICOS	4.3	2.3	2.8				
OUTROS CARGOS*	5.3	0.8	6.8	AUTOMOBILÍSTICO	8.4	6.3	5.8	CIDADE			
GÊNERO				INDUSTRIAL / SIDERURGIA / IND. QUÍMICA	5.0	6.6	3.5	SÃO PAULO	82.4	83.8	81.5
HOMEM	*	47.6	48.1	ASSESSÓRIOS PESSOAIS	0.6	0.3	0.5	RIO DE JANEIRO	8.7	9.7	9.3
MULHER	*	52.4	51.9	TÊXTIL, CALÇADOS E VESTUÁRIO	2.8	3.4	3.5	PORTO ALEGRE	--	0.9	4.4
TIPO DE EMPRESA				ESPORTE E ENTRETENIMENTO	1.5	3.1	1.2	BRASÍLIA	10.0	1.7	2.1
MULTINACIONAL BRASILEIRA	11.8	11.1	12.6	TECNOLOGIA E INFORMÁTICA	1.5	4.3	4.9	OUTRAS CIDADES	--	3.9	2.6
MULTINACIONAL ESTRANGEIRA	50.2	55.8	50.7								
NACIONAL	34.4	32.2	34.8	SOCIAIS E DIVULGAÇÃO	3.1	1.7	1.4	TEMPO NA EMPRESA/CARGO (MÉDIA EM ANOS)			
EMPRESA PÚBLICA	1.5	--	1.4	GOVERNO	1.9	1.4	1.2	NA EMPRESA	6.41	6.75	6.91
ASSOCIAÇÃO / ONG's	1.5	0.9	0.5	ASSOCIAÇÕES / ONG's	1.2	0.3	0.2	NO CARGO	6.23	5.12	5.16

* INCLUIDOS EM 2016: GERENTE DE PRODUTO/MARCA (1.2%), DIRETOR COMERCIAL (0.9%) E GERENTE EXECUTIVO (0.5) ENTRE OUTROS

Perguntas Estimuladas
Bases: ANUNCIANTES entrevistados em 2012 (323), 2014 (351) e 2016 (405). Dados em porcentagem (%)

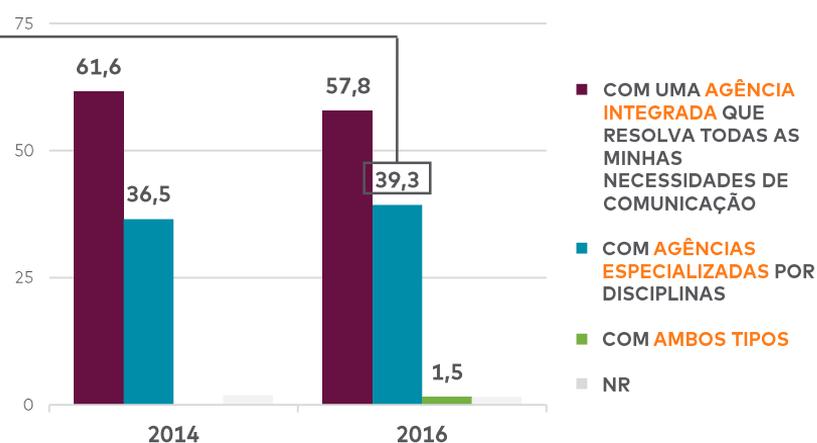
Modelos de colaboração (com as agências)

COMO TRABALHA ATUALMENTE COM AS SUAS AGÊNCIAS?



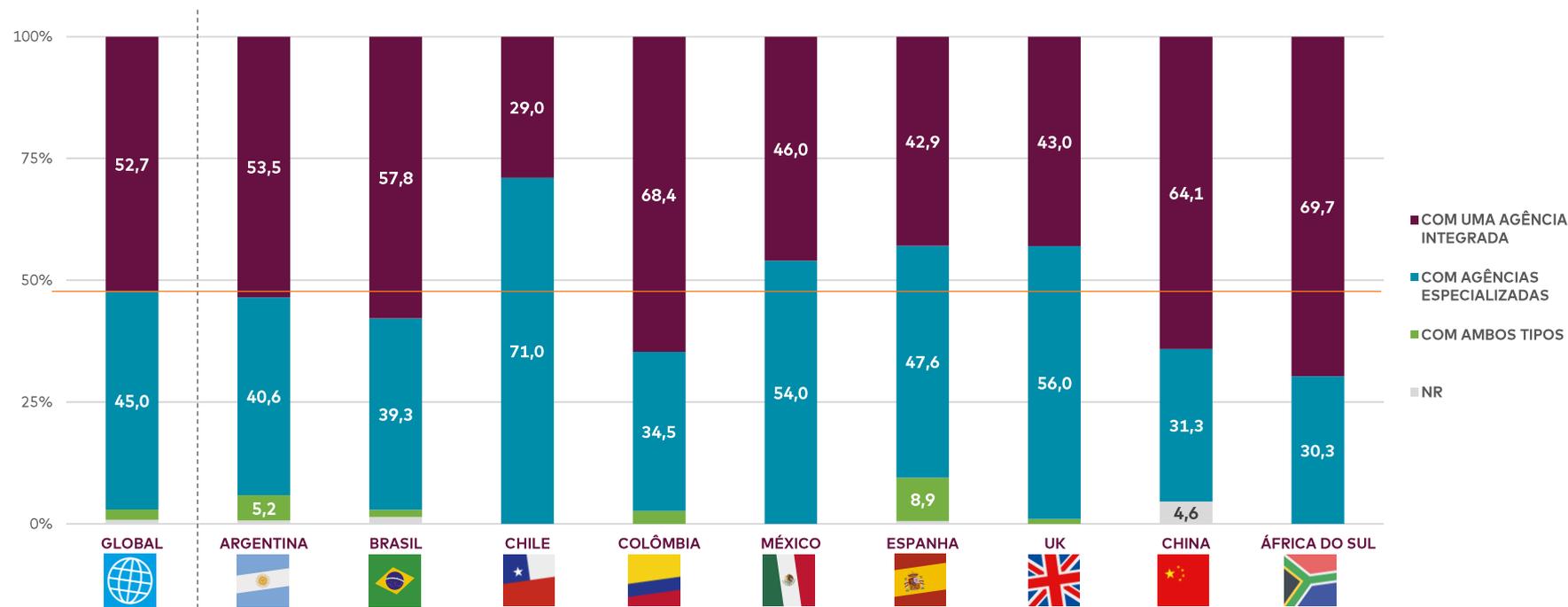
SÓ PUBLICIDADE	11.2
SÓ LIVE MARKETING	10.5
SÓ DIGITAL	14.8

NO FUTURO, COM QUE TIPO DE AGÊNCIA GOSTARIA DE TRABALHAR?



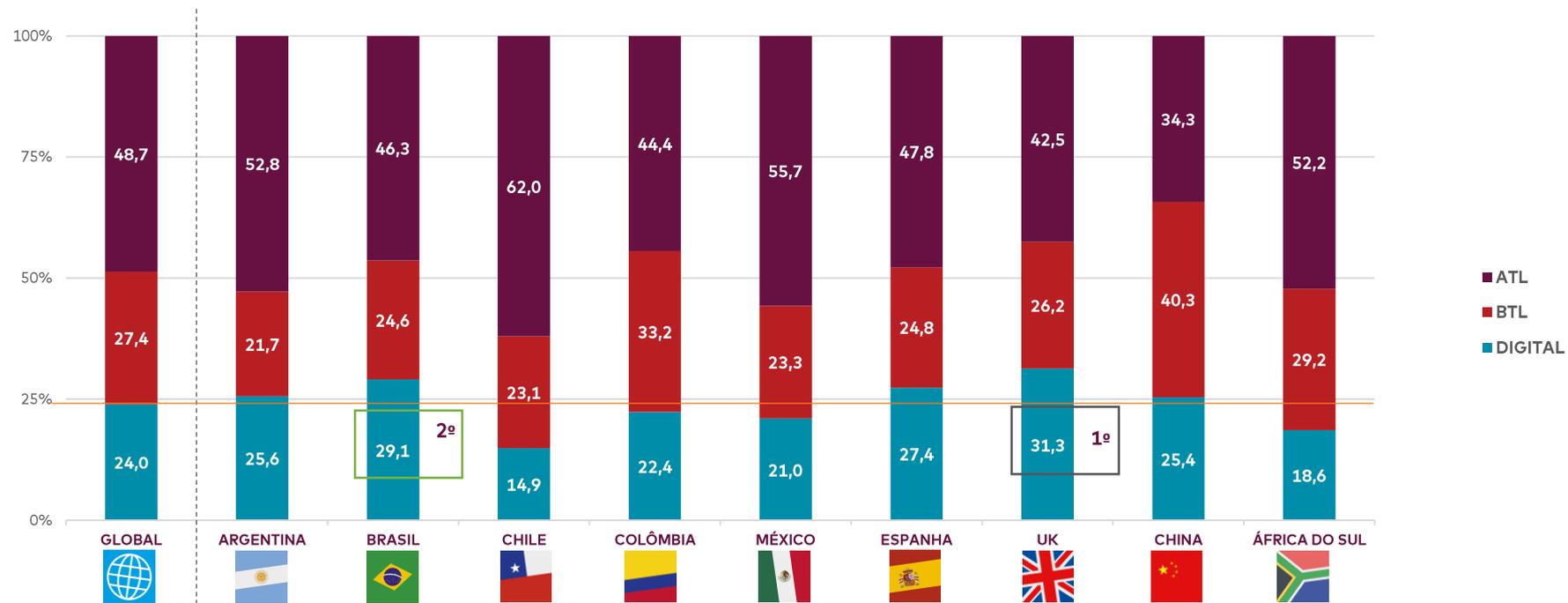
Perguntas Estimuladas
Bases: ANUNCIANTES entrevistados em 2014 (351) e 2016 (405). Dados em porcentagem (%)

Modelos de colaboração no futuro (com as agências)



ANUNCIANTES entrevistados no CHILE em 2014, MÉXICO e UK em 2015. ARGENTINA, BRASIL, COLÔMBIA, ESPAÑA, CHINA e ÁFRICA DO SUL em 2016. Dados em porcentagem (%) Pergunta estimulada

Orçamento (distribuição por tipo de disciplina)



ANUNCIANTES entrevistados no CHILE em 2014, MÉXICO e UK em 2015. ARGENTINA, BRASIL, COLÔMBIA, ESPANHA, CHINA e ÁFRICA DO SUL em 2016. Pergunta Estimulada. Dados em porcentagem (%)

Estrutura da empresa (Barreiras para investir no Digital)

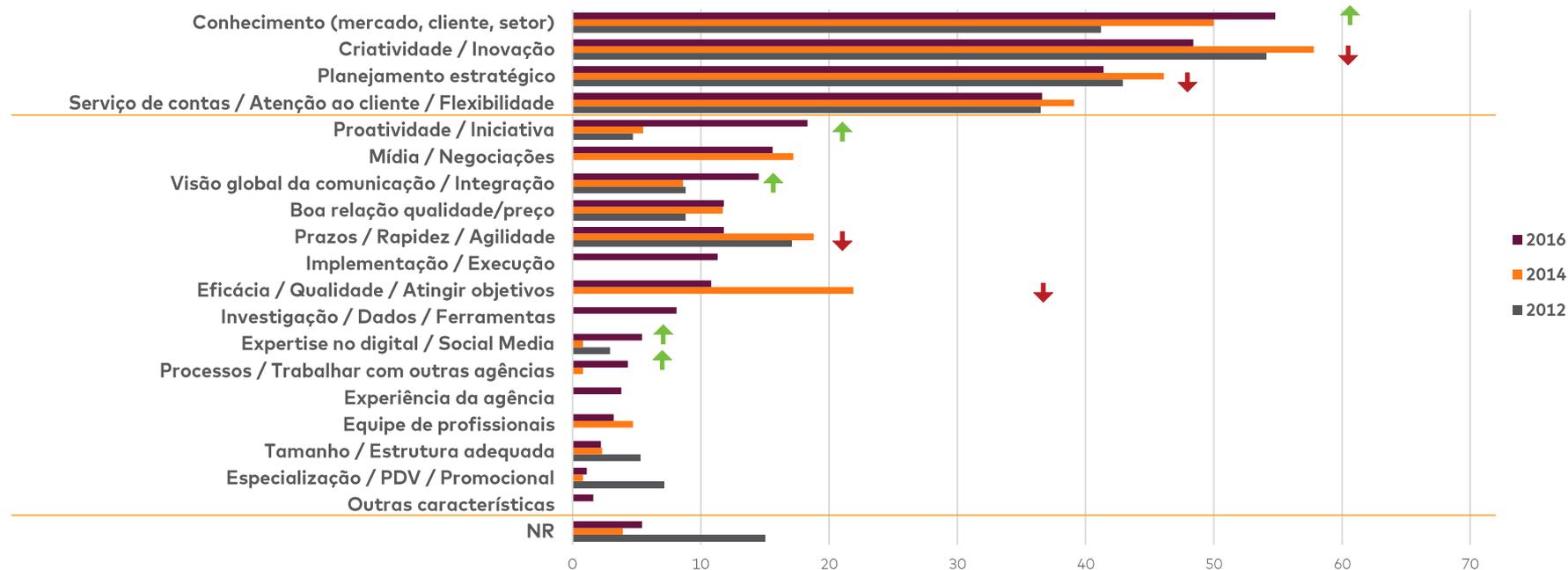
QUE BARREIRAS TEM ENCONTRADO AO REALIZAR AÇÕES DE MARKETING DIGITAL?



Pergunta Espontânea

Bases: ANUNCIANTES entrevistados em 2014 (351) e 2016 (405). Dados em porcentagem (%). (1.69 e 1.82 menções em média)

Características da Agência de Publicidade 'ideal'

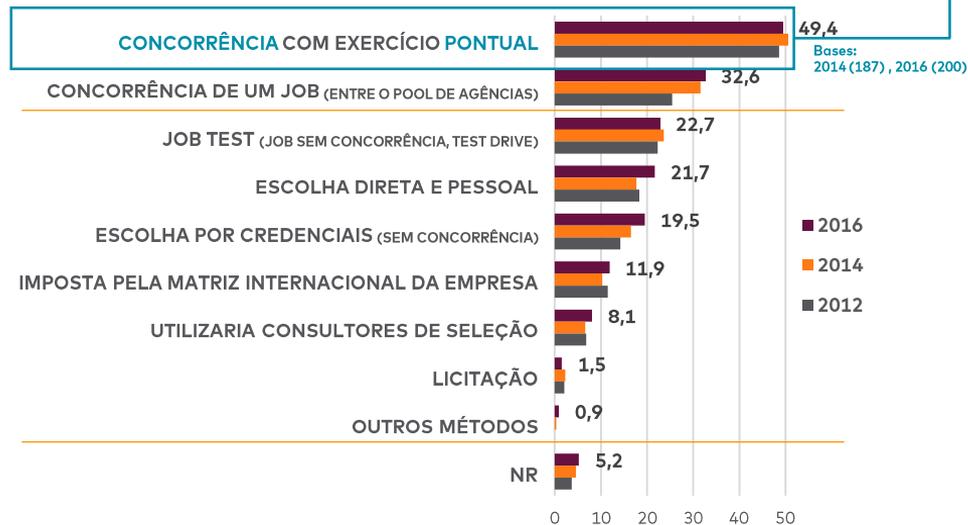


Bases: ANUNCIANTES entrevistados 'TRABALHAM AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE' em 2012 (200), 2014 (128) e 2016 (186). Dados em porcentagem (%) (2.65, 2.98 e 3.21 menções em média) Pergunta Espontânea

Métodos de Seleção

QUAL SISTEMA DE SELEÇÃO UTILIZARIA PARA ESCOLHER UMA NOVA AGÊNCIA?

(2012: 1.59, 2014:1.67, 2016: 1.78 menções em média)



QUANTAS AGÊNCIAS VOCÊ CONVIDOU PARA A ÚLTIMA CONCORRÊNCIA?

	2014	2016
TOTAL DE AGÊNCIAS	*	4.71

REMUNEROU AS AGÊNCIAS PARTICIPANTES?

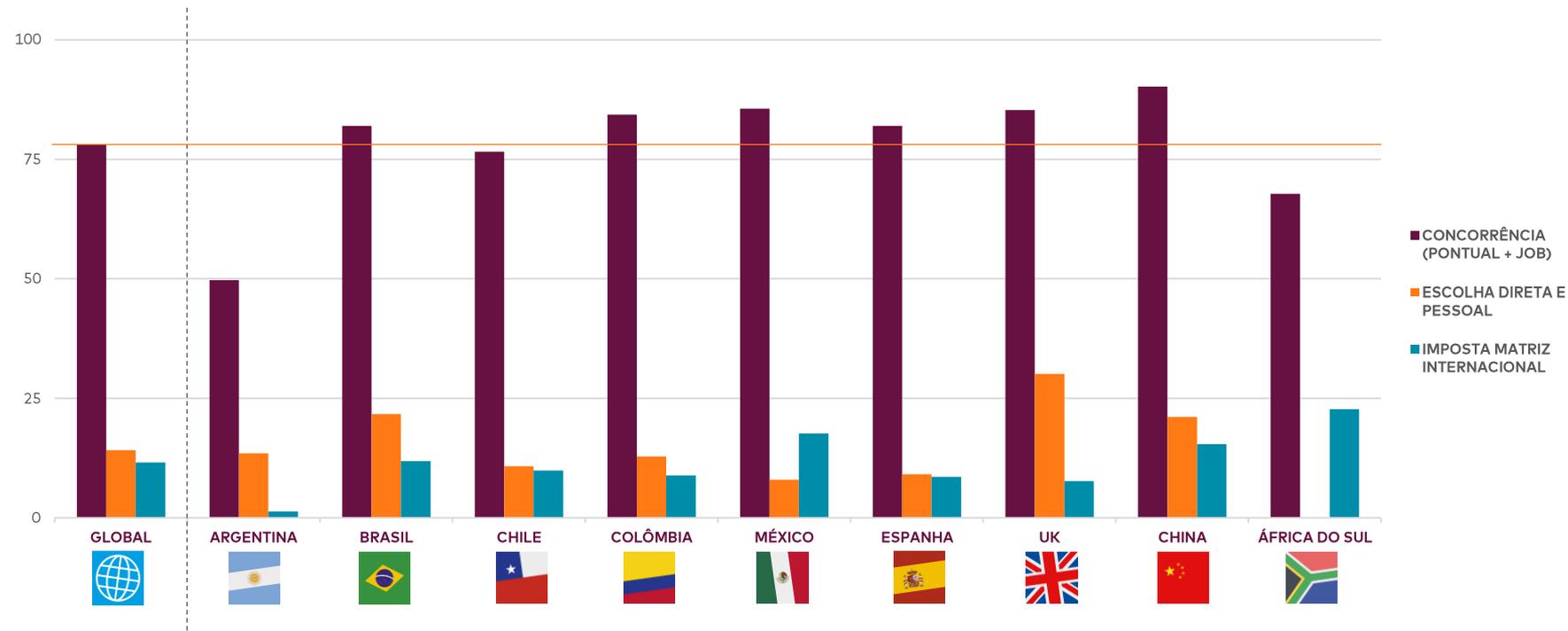
	2014 (%)	2016 (%)
SIM	10.2	8.5
NÃO	84.5	86.5
NR	5.3	5.0

SE SIM, QUANTO? (Base: 36 e 20 empresas)

	2014 (R\$)	2016 (R\$)
VALOR	R\$ 10.000	R\$ 26.501

Perguntas Estimuladas
Bases: ANUNCIANTES entrevistados em 2012 (323), 2014 (351) e 2016 (405). Dados em porcentagem (%)

Métodos de Seleção



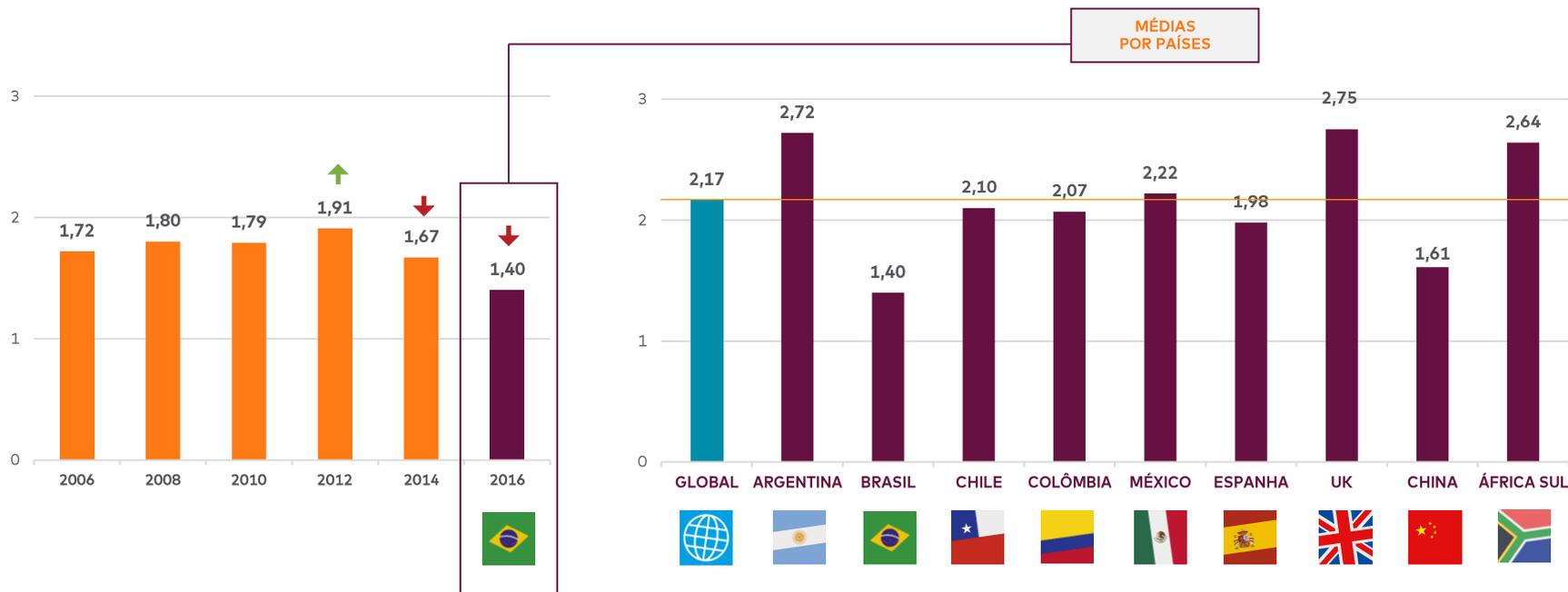
ANUNCIANTES entrevistados no CHILE em 2014, MÉXICO e UK em 2015. ARGENTINA, BRASIL, COLÔMBIA, ESPANHA, CHINA e ÁFRICA DO SUL em 2016. **Dados em porcentagem (%)** Pergunta Estimulada

Número de agências (trabalham atualmente com os anunciantes)



Pergunta Espontânea
Bases: ANUNCIANTES entrevistados em 2016 (405). **Dados em médias**

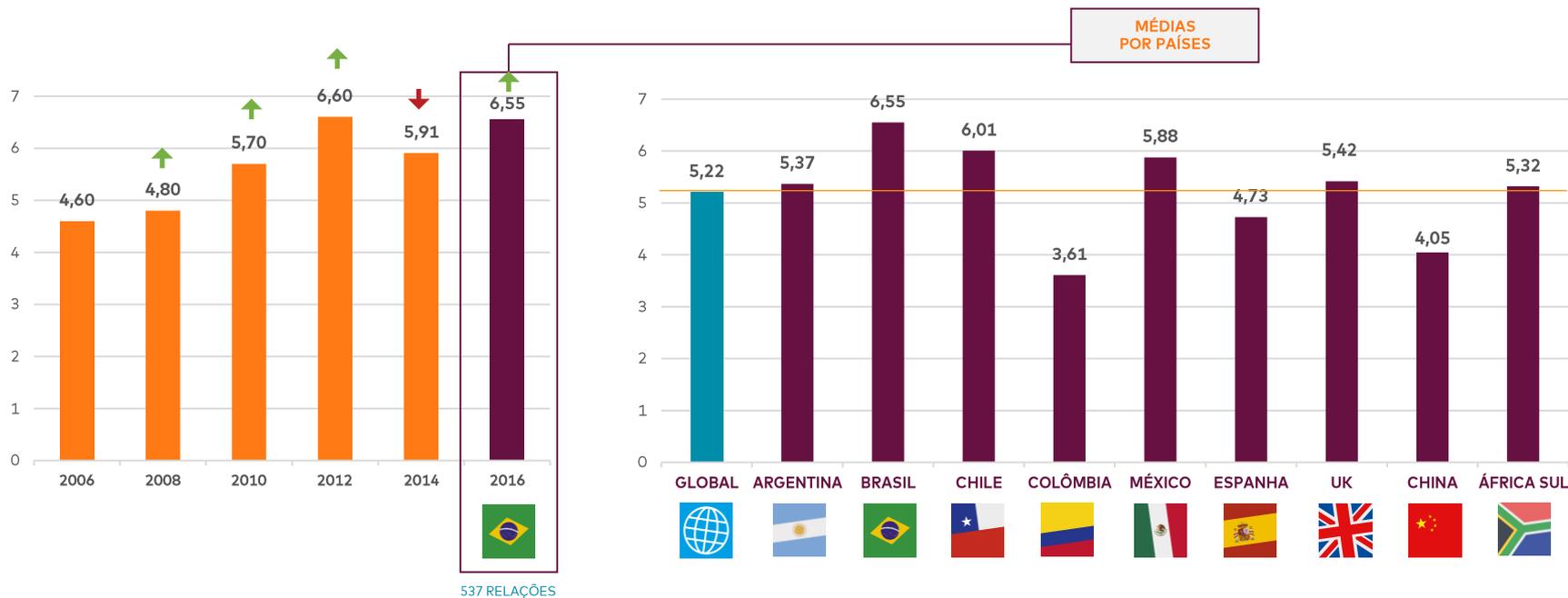
Número de agências (trabalham atualmente os anunciantes)



Base: ANUNCIANTES entrevistados no CHILE em 2014, MÉXICO e UK em 2015. ARGENTINA, BRASIL (2006-2016), COLÔMBIA, ESPAÑA, CHINA e ÁFRICA DO SUL em 2016. **Dados em médias**

Pergunta Espontânea

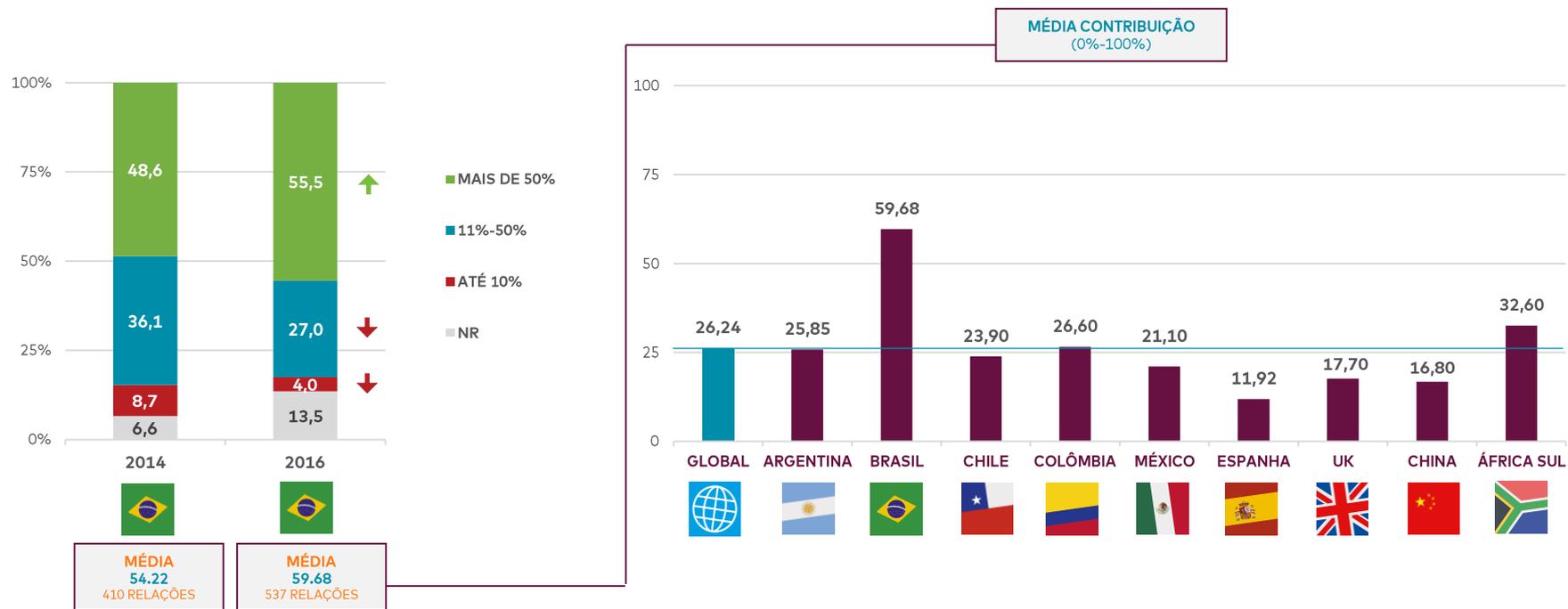
Duração da relação (com as agências que trabalham atualmente com os anunciantes)



RELAÇÕES ANUNCIANTE-AGÊNCIA no CHILE em 2014, MÉXICO e UK em 2015. ARGENTINA, BRASIL (2006-2016), COLÔMBIA, ESPAÑA, CHINA e ÁFRICA DO SUL em 2016. Dados em médias

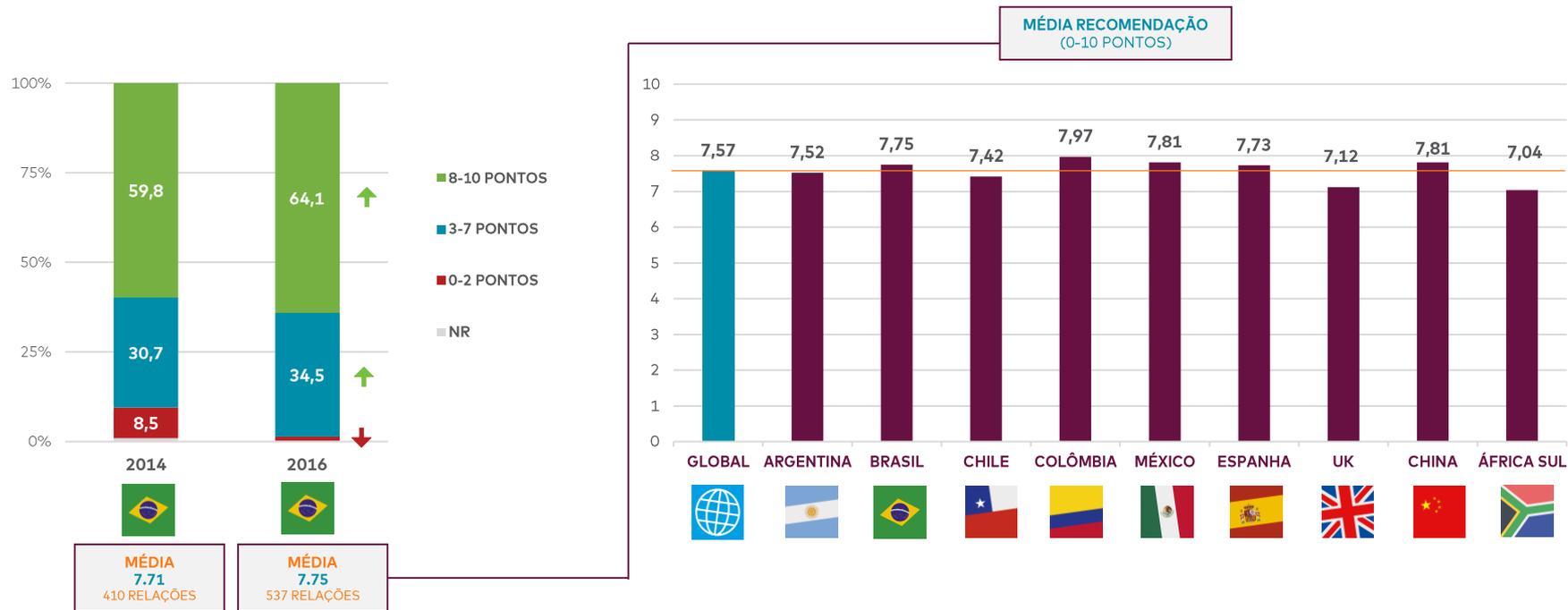
Pergunta Espontânea

Contribuição ao crescimento do negócio (nuna escala de 0% a 100%)



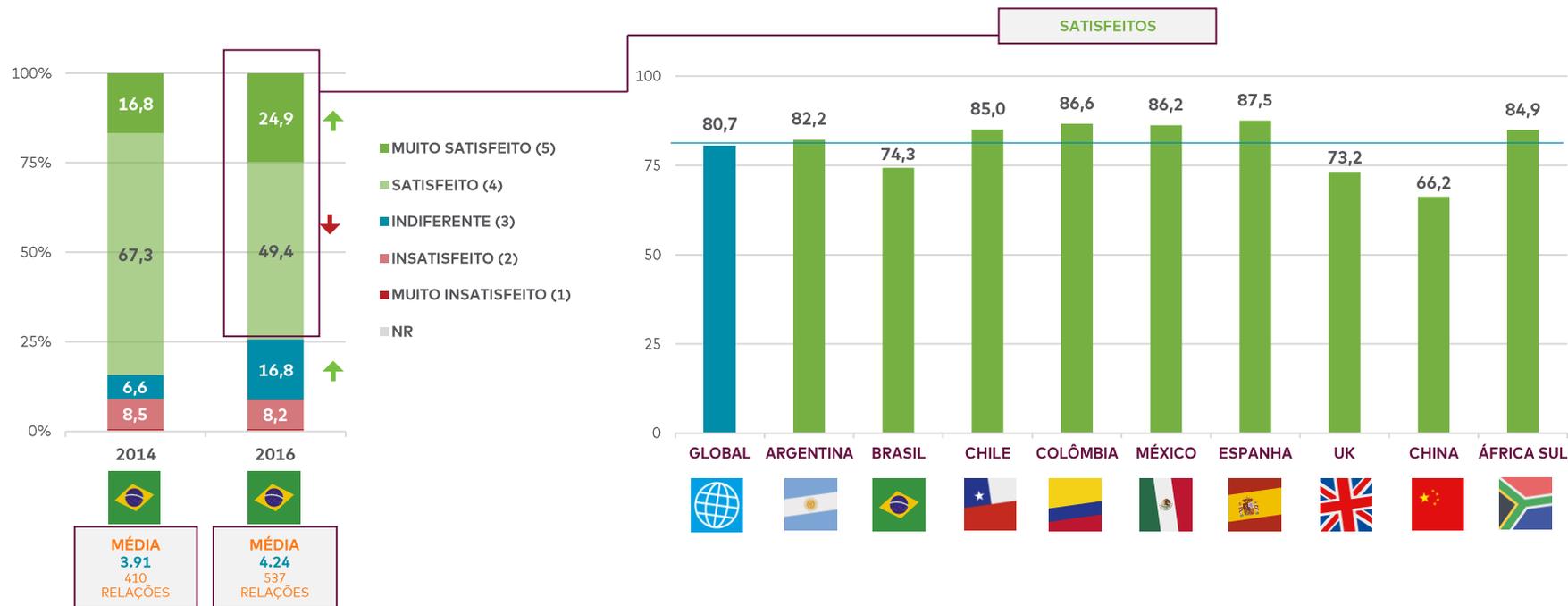
RELAÇÕES ANUNCIANTE-AGÊNCIA no CHILE em 2014, MÉXICO e UK em 2015. ARGENTINA, BRASIL, COLÔMBIA, ESPANHA, CHINA e ÁFRICA DO SUL em 2016. Dados em porcentagem (%) Pergunta Estimulada

Nível de recomendação (em uma escala de 0 a 10 pontos)



RELACIONES ANUNCIANTE-AGÊNCIA no CHILE em 2014, MÉXICO e UK em 2015. ARGENTINA, BRASIL, COLÔMBIA, ESPAÑA, CHINA e ÁFRICA DO SUL em 2016. Dados em porcentagem (%) Pergunta Estimulada

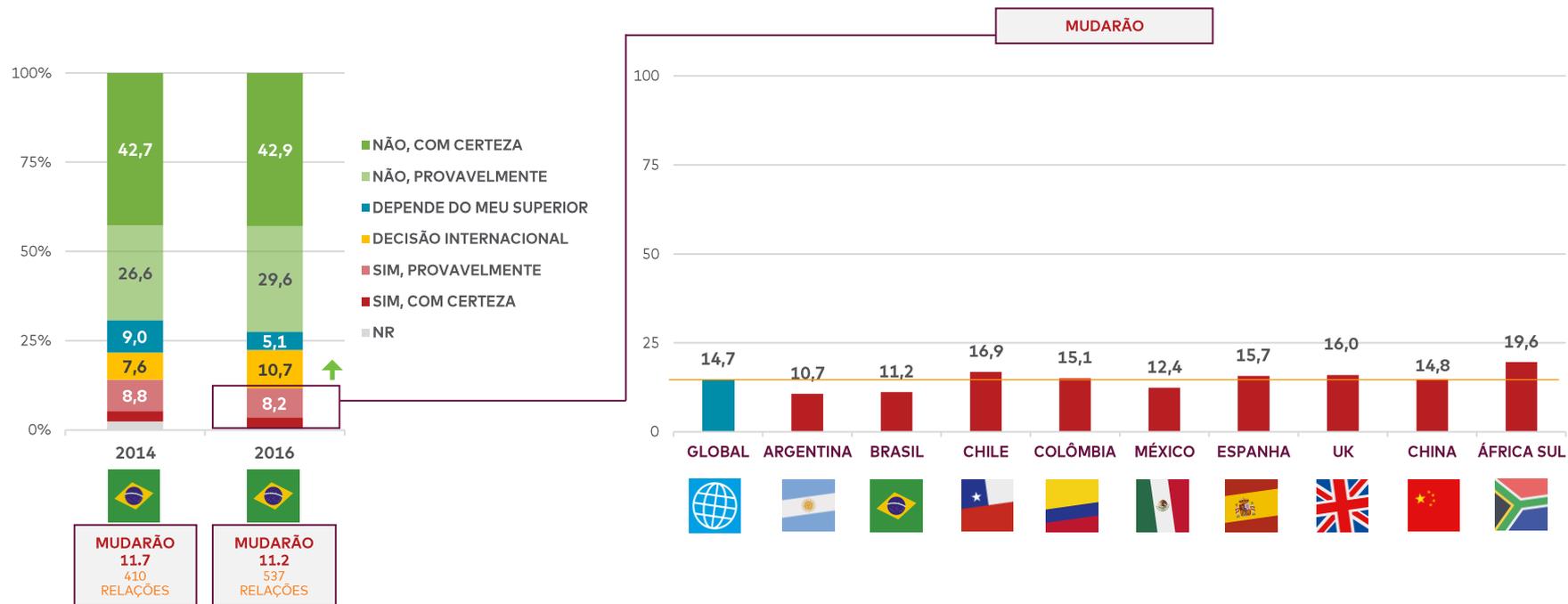
Nível de satisfação (segundo uma escala semântica de satisfação)



RELAÇÕES ANUNCIANTE-AGÊNCIA no CHILE em 2014, MÉXICO e UK em 2015. ARGENTINA, BRASIL, COLÔMBIA, ESPAÑA, CHINA e ÁFRICA DO SUL em 2016. Dados em porcentagem (%)

Pergunta Estimulada

Predisposição a mudança (segundo uma escala de predisposição a mudança)



RELAÇÕES ANUNCIANTE-AGÊNCIA no CHILE em 2014, MÉXICO e UK em 2015. ARGENTINA, BRASIL, COLÔMBIA, ESPAÑA, CHINA e ÁFRICA DO SUL em 2016. Dados em porcentagem (%)

Campanhas mais destacadas (nos últimos dois anos)

 ARGENTINA										
 BRASIL										
 CHILE										
 COLÔMBIA										
 MÉXICO										
 ESPAÑA										
 UK										
 CHINA										
 ÁFRICA DO SUL										

Pergunta Espontânea
ANUNCIANTES entrevistados CHILE em 2014, MÉXICO e UK em 2015. ARGENTINA, BRASIL, COLÔMBIA, ESPANHA, CHINA e ÁFRICA DO SUL em 2016. RANKING (1ª à 10ª POSIÇÃO)

Empresas mais admiradas por seu Marketing (nos últimos dois anos)

ARGENTINA											
BRASIL											
CHILE											
COLÔMBIA											
MÉXICO											
ESPAÑA											
UK											
CHINA											
ÁFRICA DO SUL											

Pergunta Espontânea
 ANUNCIANTES entrevistados no CHILE em 2014, MÉXICO e UK em 2015. ARGENTINA, BRASIL, COLÔMBIA, ESPANHA, CHINA e ÁFRICA DO SUL em 2016. RANKING (1ª à 10ª POSIÇÃO)

Profissionais de agências destacados (pelos anunciantes)



1° (1º)
Nizan Guanaes
AFRICA
31 MENÇÕES



2° (24º)
Eco Moliterno
AFRICA
15 MENÇÕES



3° (2º)
Marcello Serpa
(surfando HAWAII)
14 MENÇÕES



4° (9º)
Hugo Rodrigues
PUBLICIS
11 MENÇÕES



4° (3º)
Washington Olivetto
WMCANN
11 MENÇÕES



6° (4º)
Fabio Fernandes
F/NAZCA SAATCHI&SAATCHI
10 MENÇÕES



7° (24º)
Igor Puga
DM9DDB / SANTANDER
9 MENÇÕES



8° (56º)
André Kassu
CRISPIN PORTER+BOGUSKY
8 MENÇÕES



9° (14º)
Luiz Fernando Musa
OGILVY
7 MENÇÕES



10° (56º)
Gal Barradas
GRUPO HAVAS
6 MENÇÕES

Bases: ANUNCIANTES entrevistados em 2014 (351) e 2016 (405). Dados em menções (entre parênteses posição em 2014). Pergunta espontânea

Obrigado!

Para mais informações contactar:

Paula - pribeiro@scopen.com – STUDIES DIRECTOR BRASIL

Fred - fmessina@scopen.com – RESEARCH & STUDIES MANAGER

César - cvacchiano@scopen.com – PRESIDENT & CEO

SCOPEN.COM



SCOPEN

ARGENTINA · BRAZIL · CHILE · CHINA · COLOMBIA · INDIA · MEXICO · PORTUGAL · SINGAPORE · SOUTH AFRICA · SPAIN · UK