

## Рынок digital-услуг: жить будет

Бизнес веб-разработки, веб-студий или digital-агентств умирает? Не умирает, а качественно преобразовывается, считают опрошенные Бабром участники рынка. Чтобы выжить и вырасти в кризис, компаниям надо перестать «стрелять из пушки по воробьям» и начать делать «умные сайты».

«Цукерберг Позвонит» опубликовал письмо Михаила Токовина, совладельца компании, входящей в пятерку ведущих веб-студий России. Главный посыл сообщения: рынок разработки веб-сайтов начал умирать.

На вопрос «что делать?» Токовин отвечает так: «Бежать впереди лавины. Беспощадно отказываться от убыточных проектов, инвестиций и прочих творческих отклонений. Вытаскивать все возможные ресурсы и направлять их на построение нового бизнеса».



«Бизнесу не нужны сайты. Бизнесу нужны продажи», — этот тезис не подлежит сомнению, а вот хоронить рынок веб-разработки пока рановато, считают собеседники Бабра.

### РАБОТАТЬ НА РЕЗУЛЬТАТ

— Кризисный 2015 год для регионального рынка ИТ-услуг — это год реализации возможностей, — уверен исполнительный директор ижевской компании «Центр Высоких Технологий» (ЦВТ) Дмитрий Плетнёв.

В ЦВТ в 2015 году выросли объемы и выручка, возник сильнейший кадровый голод, который стимулировал разработку программ стажировок, работу со студентами и поиск систем, позволяющих масштабировать производственные мощности ИТ-компаний.

— Кризис позволяет активно развиваться. Прошлый год показал, что тенденция переноса разработки в регионы из столицы — это нормально, нынешний год заставил усилить поиск адекватных партнеров по разработке за пределами Москвы.

Адекватных, значит, тех, кто понимает, что сайт, мобильное приложение или рекламная кампания в интернете — это инструменты для увеличения прибыли клиента. Любой заказчик будет измерять работу в деньгах хотя бы потому, что он их платит. Поэтому адекватный партнер понимает задачи, цели клиента и предлагает варианты решений.

— Заказчики стали тщательнее относиться к подбору подрядчиков и постановке задач в digital, — подтверждает основатель веб-студии ZAVOD из Екатеринбурга Александр Процюк. — Уже недостаточно рисовать красивую картинку, либо делать сайт, который как-то работает. Всем нужен готовый результат, желательно, выраженный в увеличении продаж. Это в первую очередь обусловлено экономикой, которая заставляет быть более вдумчивым и избирательным.

Если говорить про перспективы, то в будущем уже становится must have изучать посетителя ресурса, сайты должны становиться умными, трекая каждое действие пользователя, считая retention, CAC и запуская соответствующие триггеры продаж. С внешней точки зрения может ничего и не измениться, но внутри проекта должно появляться гораздо больше мозгов, в противном случае заказчик может просто пользоваться конструктором сайтов типа wix.com

Александр Процюк ориентируется на опыт взаимодействия с Кремниевой Долиной. Там digital-агентства работают на результат, заключая контракты на длительный срок. «Создание сайта-визитки является всего лишь маленьким винтиком в целом бизнес-процессе».

## НЕ В БРОВЬ, И НЕ В ГЛАЗ — В ЦЕЛЬ

— С точки зрения рекламы все стало серьезно хуже, CMM и разнообразный digital сменился узконаправленным директом с четко достижимыми целями и понятными показателями эффективности, — описывает ситуацию с заказами на продвижение в интернете Дмитрий Плетнёв.

По данным Ассоциации коммуникационных агентств России, интернет-реклама осталась единственным растущим сегментом российского рекламного рынка.

В январе — июне 2015 года закупки рекламы в интернете увеличились на 10%, до 41,6–42 млрд руб. В целом же российский рекламный рынок за первые шесть месяцев 2015 года по сравнению с прошлогодними показателями сократился на 16%.

Наибольший прирост в 15% показала контекстная реклама, объем которой составил 34,5–34,8 млрд руб. В то же время продажи медийной рекламы в интернете снизились на 11%, до 7,1–7,2 млрд руб.

— Причиной такого роста становится перераспределение рекламных бюджетов из традиционных сегментов в сторону высокоточных маркетинговых кампаний, когда рекламный месседж транслируется не из пушки по воробьям, а прицельно в целевые группы потребителей, — считает руководитель Венчурной Академии Виталий Галенчик.

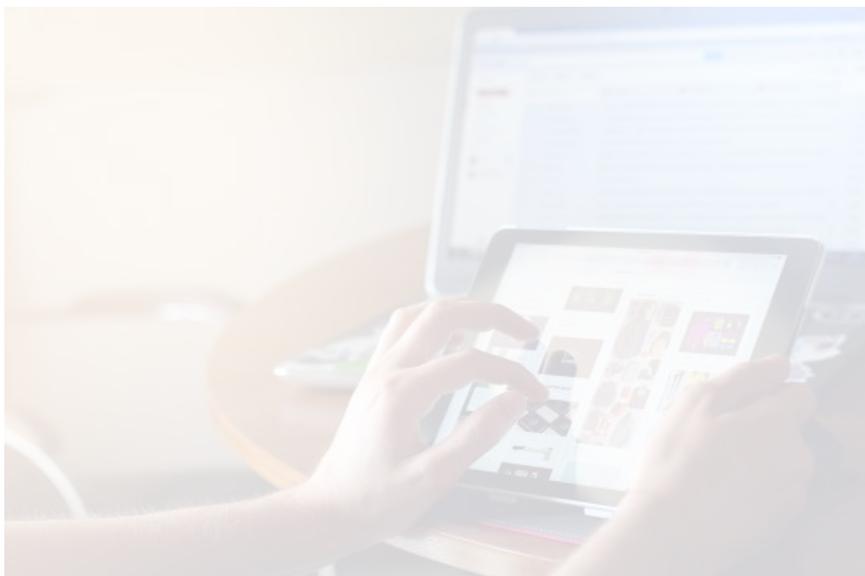
Такая реклама отличается более высокой конверсией, но носит немассовый характер и не несет имиджевую составляющую. А в кризис, когда бизнес терпит существенный спад продаж, компаниям важно при меньших расходах получить больше клиентов.

Увеличить продажи можно, если делать рекламную кампанию в интернете частью общей стратегии, уверен региональный представитель компании RTBHouse.com Антон Мелехов. — Рекламная кампания должна затрагивать пользователя в сети, она должна привлекать его внимание, но не должна быть слишком назойливой и вызывающей раздражение.

Предприниматели не могут игнорировать интернет в качестве канала прироста клиентов. Традиционный ритейл должен тщательнее и активнее работать с ним, считает Антон Мелехов. Эксперт приводит данные совместного исследования Data Insight, InSales и PayU, согласно которому объем онлайн-продаж составил 560 млрд. рублей, и будет расти в будущем.

## КЛИЕНТЫ ЕСТЬ ВСЕГДА

Косвенным свидетельством «бодрости» бизнеса веб-разработки можно считать кадровый голод. — Несмотря на кризис, возрос спрос на digital-специалистов, — приводит данные исследования Digital People–2015 аккаунт-директор креативного агентства SKORPA MEDIA Кирилл Головий. — 86% компаний (против 60% в 2014 году) искали специалистов для продвижения бренда в digital-сфере.



Ижевскому ЦВТ нужны программисты различной квалификации и направленности, специалисты по качеству, менеджеры разных направлений. Готовых специалистов не выпускают с дипломами из университета, говорят в компании. Бывшие студенты не имеют опыта работы, но с большими амбициями. Каждого из них следует еще как минимум год дополнительно обучать, чтобы работник соответствовал требованиям клиентов. Настоящие специалисты «вырастают» только через 2-3 года, а в некоторых случаях времени уходит еще больше. Заботясь об успехе в далекой перспективе, компания организовала «Стажировку в ЦВТ».

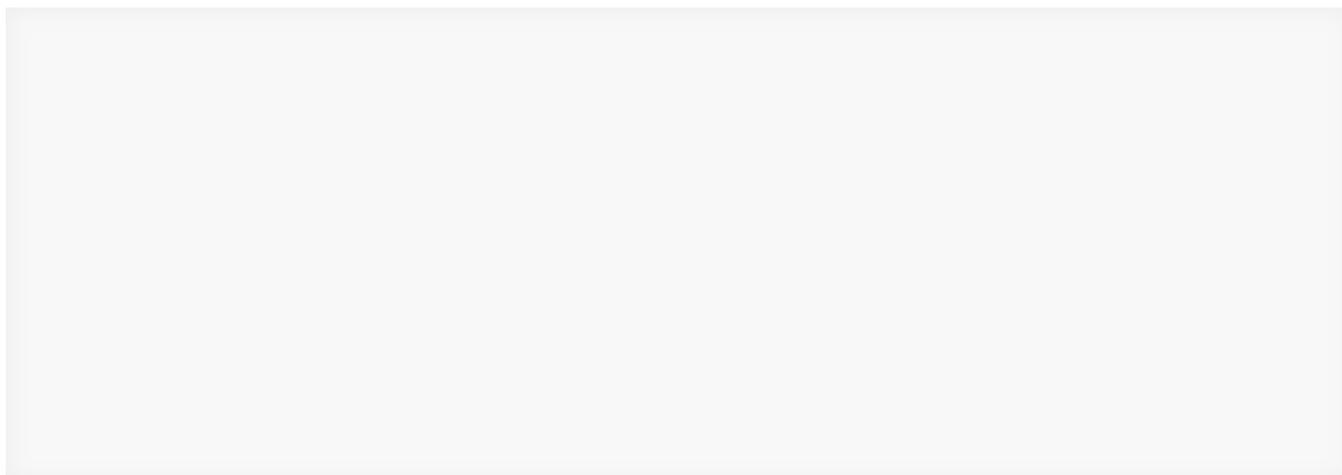
Другие участники рынка также смотрят в будущее с оптимизмом.

— Рынок digital-услуг имеет огромную перспективу, — говорит Александр Процюк. — 5-7-кратный рост рынка e-commerce в России к 2020 году никто не отменял. У предпринимателей появляется понимание, что в интернете легко можно масштабироваться и на другие рынки, скажем на американский и европейский, или, например, на азиатский, который сейчас является очень плодородным в силу своей незрелости.

Для успеха в будущем сейчас digital-агентству нужно наполнять свои услуги интеллектом и, безусловно, следить за мировыми тенденциями.

Региональным компаниям эксперты советуют заходить в соседние регионы и даже в Москву. — По результатам прошлогоднего исследования 2ГИС 60% столичных компаний вообще не имеют собственных сайтов, — говорит Кирилл Головий. — А ценник на услуги региональных агентств все же ниже, чем у московских.

В связи с этим поводов для беспокойств нет. Клиенты есть всегда. Даже в кризис. Главное, искать и активно предлагать свои услуги. И пусть процент наличия собственных сайтов у региональных компаний выше, чем у московских, но поле для деятельности есть и здесь.





НАУКА И ТЕХНОЛОГИИ, ИНТЕРНЕТ И ИТ, МИР  4289 04.09.2015, 22:20  16

URL: <https://babr24.com/?ADE=269751> Bytes: 7686 / 7216 Версия для печати Скачать PDF

 [Порекомендовать текст](#)

Поделиться в соцсетях:

*Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:*

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

*Связаться с редакцией Бабра:*

[newsbabr@gmail.com](mailto:newsbabr@gmail.com)



Автор текста: **Виктория Федосеенко**, журналист.

На сайте опубликовано **1274** текстов этого автора.

#### НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: [@babr24\\_link\\_bot](#)

Эл.почта: [newsbabr@gmail.com](mailto:newsbabr@gmail.com)

#### ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: [bratska.net.net@gmail.com](mailto:bratska.net.net@gmail.com)

#### КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь

Телеграм: [@bur24\\_link\\_bot](#)

эл.почта: [bur.babr@gmail.com](mailto:bur.babr@gmail.com)

Иркутск: Анастасия Суворова  
Телеграм: @irk24\_link\_bot  
эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская  
Телеграм: @kras24\_link\_bot  
эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская  
Телеграм: @nsk24\_link\_bot  
эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин  
Телеграм: @tomsk24\_link\_bot  
эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

#### **ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:**

---

Рекламная группа "Экватор"  
Телеграм: @babrobot\_bot  
эл.почта: equatoria@gmail.com

#### **СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:**

---

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)