



ТЕНДЕРНЫЕ ПРАКТИКИ В ЭПОХУ ПОСТМАРКЕТИНГА

Как бизнес выбирает **кому доверять**
маркетинговые бюджеты в условиях
новой экономики? Опыт 2022–2025.



КРУПНЫЕ И ЗАМЕТНЫЕ ПЕРЕХОДЫ 2024/25

Смена агентства (единственного,
или одного из нескольких)
коснулась **31 крупного клиента из
100** в бюджетном сезоне 24/25 года

КРУПНЫЕ И ЗАМЕТНЫЕ ПЕРЕХОДЫ 2024/25

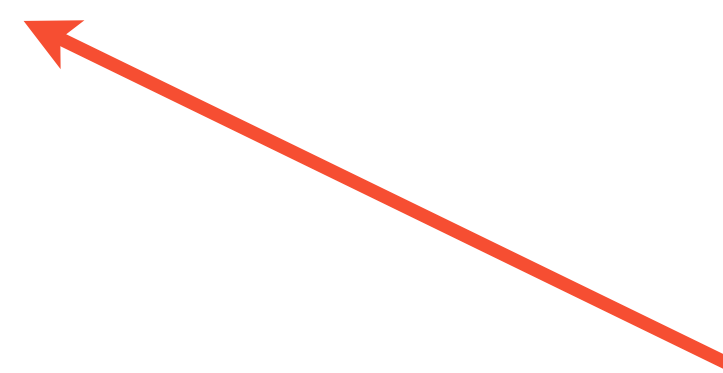


Кто?	Когда?	Откуда?	Куда?
1 СовКомБанк (ООН)	Q3 2025	PPL	RWB
2 MR Group (Digital)	Q3 2025	Nectarin	ОККАМ
3 AB InBev Efes	Q1 2026	RoRe	Media Instinct
4 Chery (ООН)	Q4 2025	OMD OM	NMI
5 Самолет (Digital)	Q3 2025	Twiga	MG Com
6 Останкино	Q1 2025	ОККАМ	OMD OM
7 Haval (50% объема)	Q3 2025	Media Direction	Twiga
8 Kenvue (ex. J&J)	Q1 2026	Group4Media	ОККАМ
9 Level (ООН)	Q2 2025	PPL	SA Media и Russ напрямую
10 S7	Q2 2025	Media Direction	Media Instinct
11 H&N	Q1 2025	ОККАМ	NMI
12 ГПБ	Q1 2025	TWIGA (диджитал)	SA Media (диджитал)
13 Petrovich (ООН)	Q4 2024	Total View	Media Direction
14 Essity	Q4 2024	RoRe Group (Zenith)	Media Instinct
15 Инфамед	Q1 2025	Rore Group (Starcom)	Media Direction
16 Циан	Q1 2025	RoRe (Starlink)	Group4Media

Кто?	Когда?	Откуда?	Куда?
17 Россельхозбанк	Q4 2024	Игроник	NMI
18 Baltika	Q2 2024	OMD OM	NMI (ТВ)/ Сбермаркетинг
19 OBI	Q2 2024	ОККАМ	Сбермаркетинг
20 Тесно Mobile	Q3 2024	Media Instinct	ADV
21 Chery	Q1 2024	Media Direction	OMD OM/ОККАМ
22 Лэтуаль	Q2 2024	Media Direction	NMI
23 Dodo Pizza	Q3 2024	Group4Media (диджитал)	ADV (все)
24 ПИК Фарма	Q1 2025	РОССТ/Media Direction	Media Direction
25 ГАС Сопрану	Q4 2024	РОССТ	ADV
26 Почта Банк	Q1 2024	Игроник	SkyTecKnowlogy
27 Национальные Лотереи	Q1 2024	Игроник	SkyTecKnowlogy
28 X5	Q1 2025	ADV	Игроник
29 Альфа Банк	Q3 2024	OMD OM	Игроник/OMD(диджитал)
30 Gislaved	Q1 2025	—	ОККАМ
31 KGM	Q1 2025	—	ADV/Media Instinct



КРУПНЫЕ И ЗАМЕТНЫЕ ПЕРЕХОДЫ 2024/25



Тут — крупнее



КРУПНЫЕ И ЗАМЕТНЫЕ ПЕРЕХОДЫ 2024/25

- **ТОП100** рекламодателей в классических медиа, участники ежеквартального Рейтинга Постмаркетинг DAILY.
- Без учета чистого **перформанс**.
- Без учета **спецпроектов**.
- Без учета внутренних **микротендеров** между несколькими wybranными агентствами.

КРУПНЫЕ И ЗАМЕТНЫЕ ПЕРЕХОДЫ 2024/25

Регулярный тендер: в рамках
планового цикла ротации подрядчиков.

Экстренный тендер: вне планового
цикла ротации подрядчиков.

Экстренный нетендерный переход:
передача бюджета другому агентству
вне тендерных процедур.

КРУПНЫЕ И ЗАМЕТНЫЕ ПЕРЕХОДЫ 2024/25

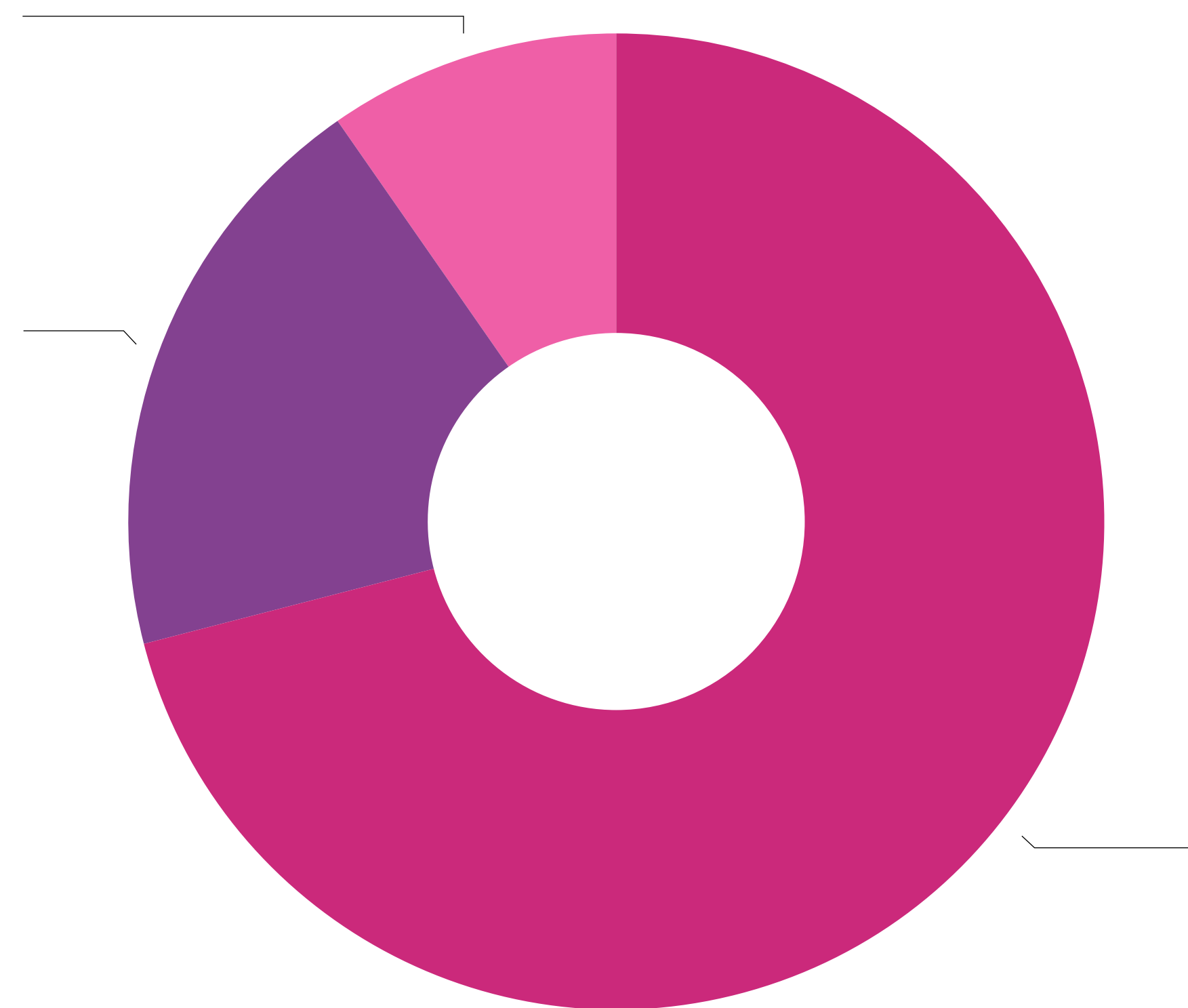
Две трети переходов осуществлены в регулярном тендерном режиме.

19% тендеров проводилось на экстренной основе.

Только 10% переходов осуществлены директивно-безтендерно.

- Регулярный тендер
- Экстренный тендер
- Экстренный внетендерный переход

Количество



КРУПНЫЕ И ЗАМЕТНЫЕ ПЕРЕХОДЫ 2024/25

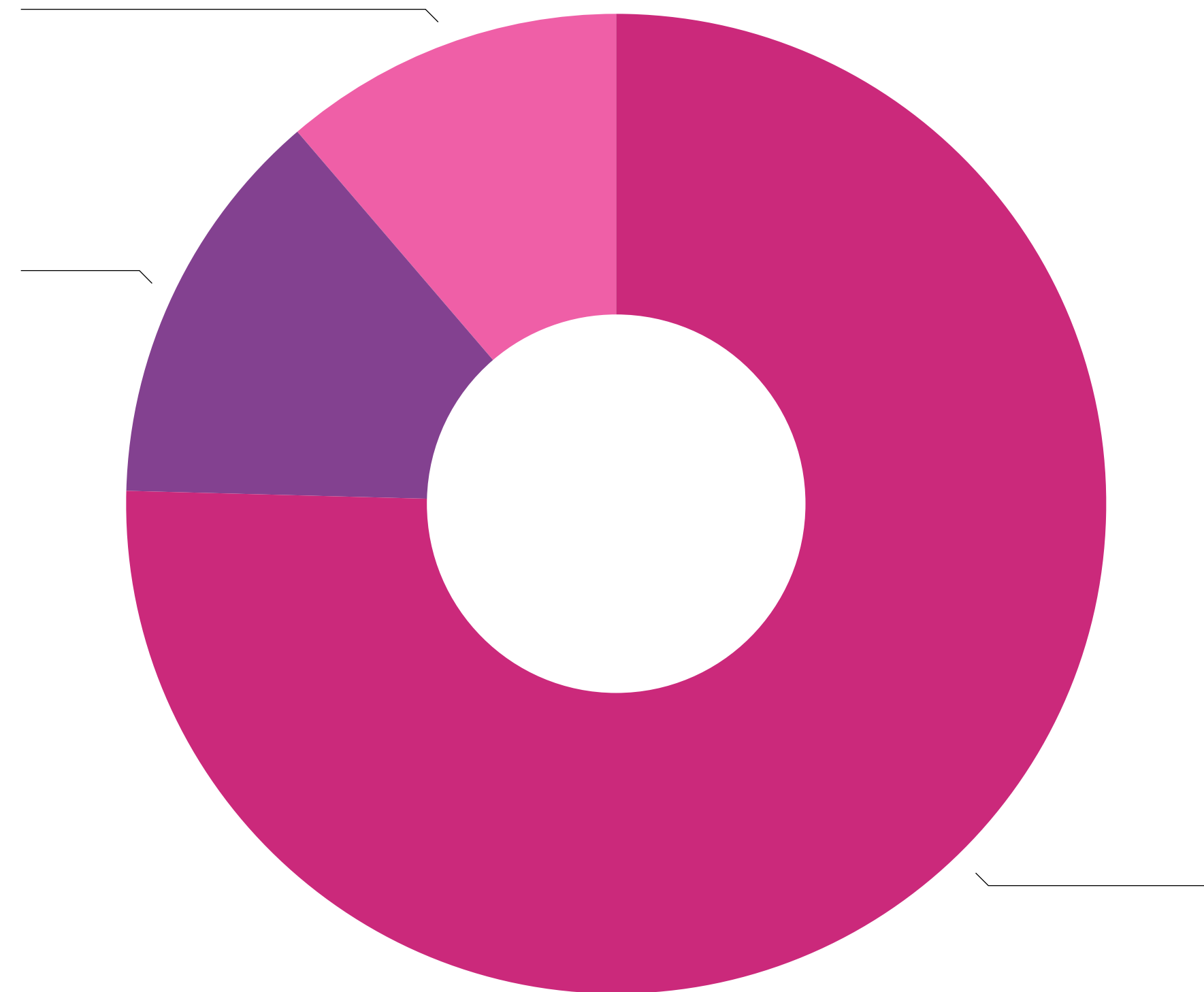
Три четверти объемов средств* перешли в тендерном режиме.

13% денег переведены на экстренной основе.

11% переданы директивно-безтендерно.

- Регулярный тендер
- Экстренный тендер
- Экстренный внетендерный переход

Бюджеты



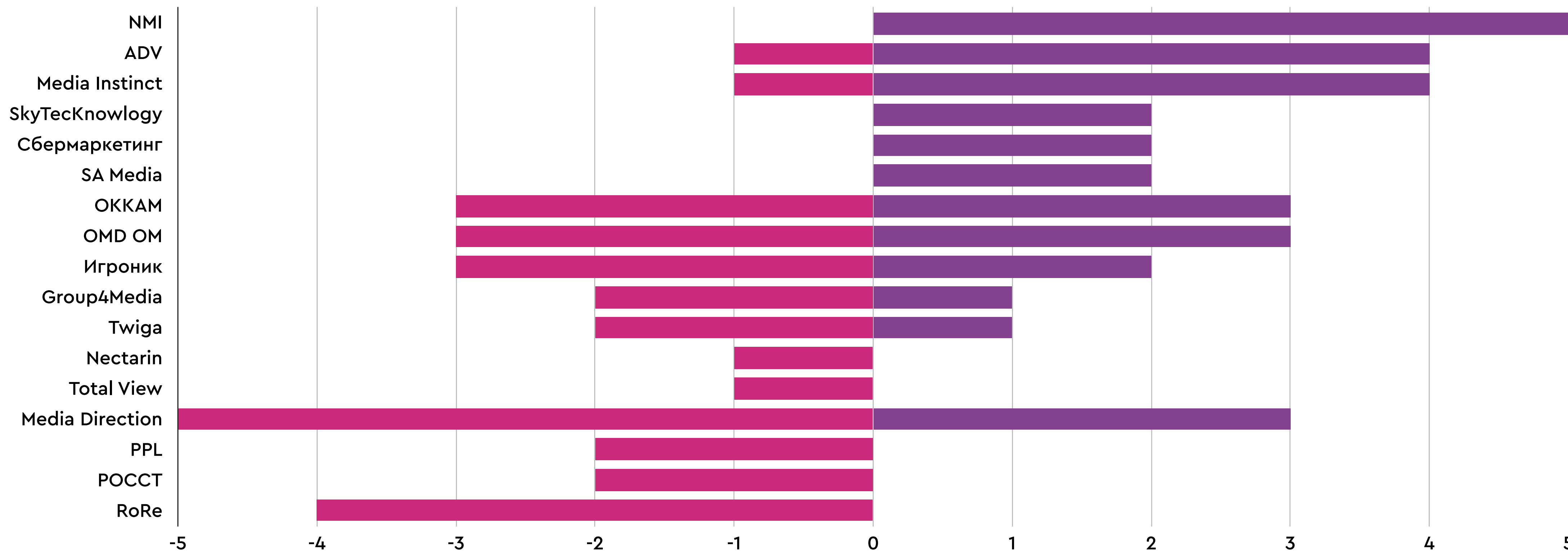
*Данные за H1 2025 по каналам, на основе Рейтинга Постмаркетинг DAILY

КРУПНЫЕ И ЗАМЕТНЫЕ ПЕРЕХОДЫ 2024/25



Потеряли

Приобрели



Клиентские переходы 2024/2025

КРУПНЫЕ И ЗАМЕТНЫЕ ПЕРЕХОДЫ 2024/25

Краткие выводы

То что на рынке нет переходов клиентов — **заблуждение**. Они коснулись **31%** игроков.

Большая часть рынка осталась **в рамках правил игры**. Переходы проводятся на регулярной тендерной основе.

Около **20%** тендеров было проведено на экстренных условиях.

Доля директивно переданных бюджетов находится **всего на уровне 10%**.

В структуре игроков мы можем выделить, как явных **доноров** клиентов, так и **реципиентов**.



Подписывайтесь!

**Индустрия сама себя
не гармонизирует**

