

ТЕНДЕРНЫЕ ПРАКТИКИ В ЭПОХУ ПОСТМАРКЕТИНГА

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

v.1.2.



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



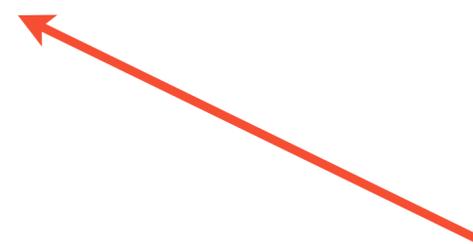
Кто?	Когда?	Откуда?	Куда?
1 СовКомБанк (ООН)	Q3 2025	PPL	RWB
2 MR Group (Digital)	Q3 2025	Nectarin	ОККАМ
3 AB InBev Efes	Q1 2026	RoRe Group	Media Instinct
4 Chery (ООН)	Q4 2025	OMD OM	NMI
5 Hoff (TV)	Q1 2024	ADV	RoRe Group (Starlink)
6 Останкино	Q1 2025	ОККАМ	OMD OM
7 Haval (50% объема)	Q3 2025	Media Direction	Twiga
8 Kenvue (ex. J&J)	Q1 2026	Group4Media	ОККАМ
9 Level (ООН)	Q2 2025	PPL	SA Media и Russ
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 Циан	Q1 2025	RoRe Group (Starlink)	Group4Media
15 Россельхозбанк	Q4 2024	Игроник	NMI
16 Baltika	Q2 2024	OMD OM	NMI (ТВ)/Сбермаркетинг

Кто?	Когда?	Откуда?	Куда?
17 OBI	Q2 2024	ОККАМ	Сбермаркетинг
18 Тесно Mobile	Q3 2024	Media Instinct	ADV
19 Chery	Q1 2024	Media Direction	OMD OM/ОККАМ
20 Лэтуаль	Q2 2024	Media Direction	NMI
21 Dodo Pizza	Q3 2024	Group4Media (диджитал)	ADV (все)
22 ПИК Фарма	Q1 2025	РОССТ/Media Direction	Media Direction
23 ГАС Company	Q4 2024	РОССТ	ADV
24 Почта Банк	Q1 2024	Игроник	SkyTecKnowlogy
25 Национальные Лотереи	Q1 2024	Игроник	SkyTecKnowlogy
26 X5	Q1 2025	ADV	Игроник
27 Альфа Банк	Q3 2024	OMD OM	Игроник/OMD(диджитал)
28 Gislaved	Q1 2025	—	ОККАМ
29 KGM	Q1 2025	—	ADV/Media Instinct
30 РОСТ	Q1 2024	—	RoRe Group (Starlink)
31 Май	Q1 2026	Media Direction	RoRe Group

Клиентские переходы 2024/2025



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 выбранными 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

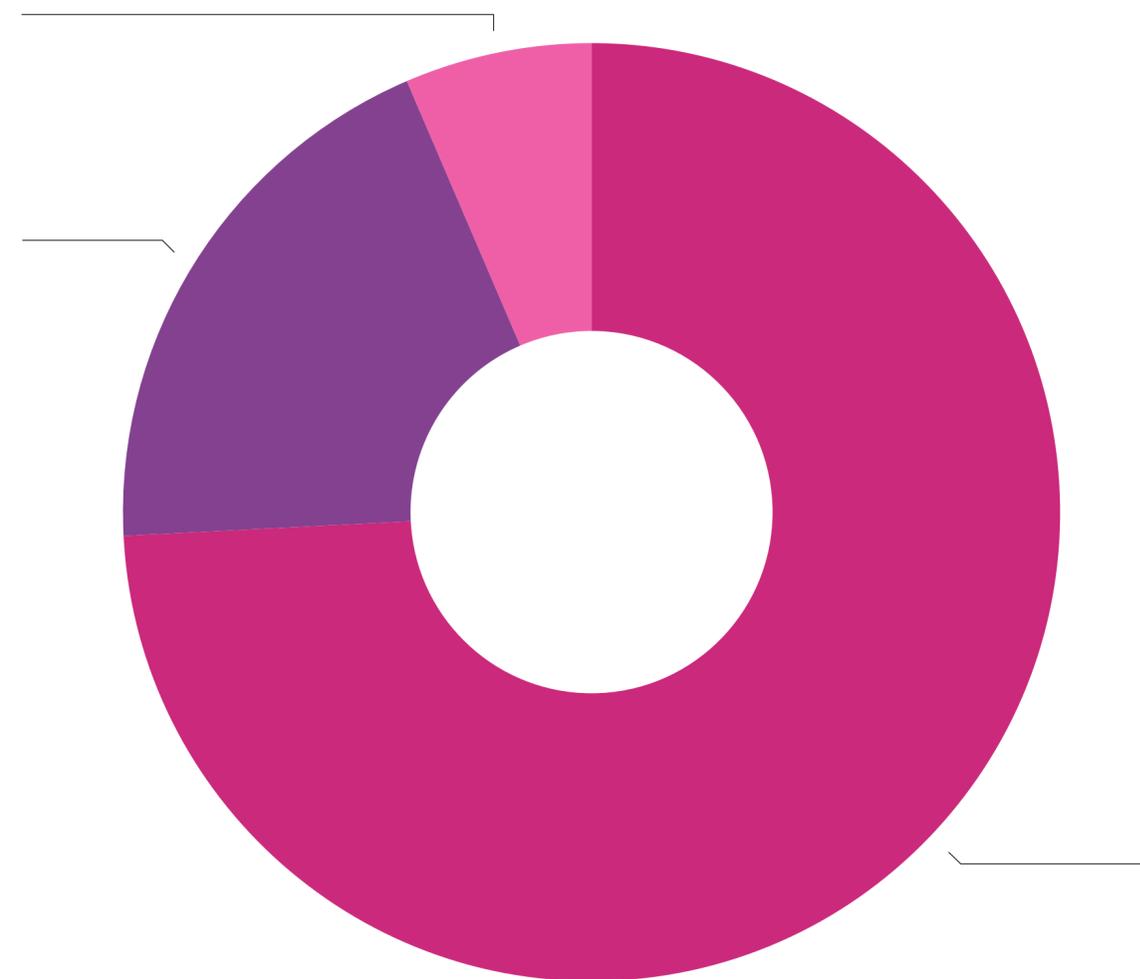
Три четверти переходов осуществлены в регулярном тендерном режиме.

19% тендеров проводилось на экстренной основе.

Только 6% переходов осуществлены директивно-безтендерно.

- Регулярный тендер
- Экстренный тендер
- Экстренный внетендерный переход

Количество



КРУПНЫЕ И ЗАМЕТНЫЕ ПЕРЕХОДЫ 2024/25

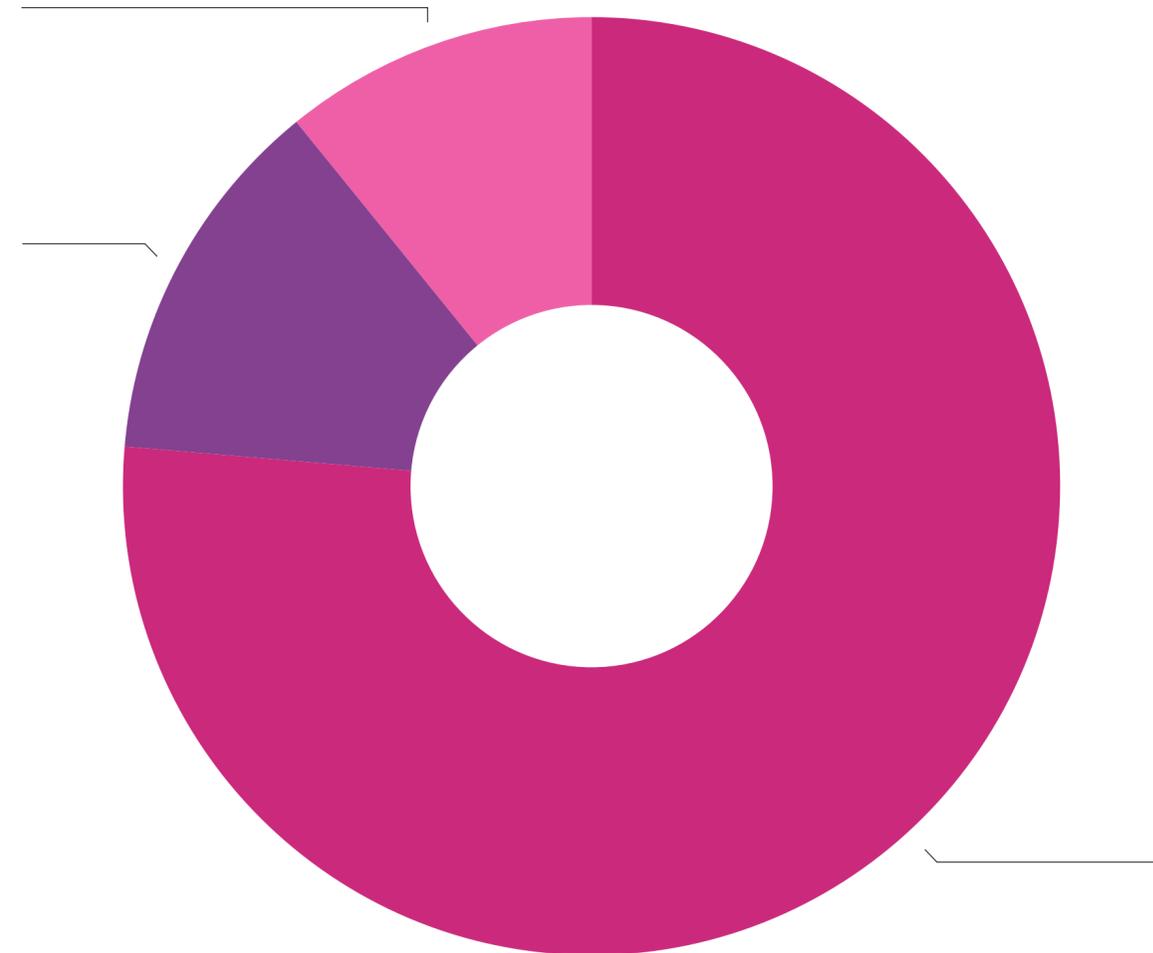
Три четверти объемов средств* перешли в тендерном режиме.

13% денег переведены на экстренной основе.

11% переданы директивно-безтендерно.

- Регулярный тендер
- Экстренный тендер
- Экстренный внетендерный переход

Бюджеты



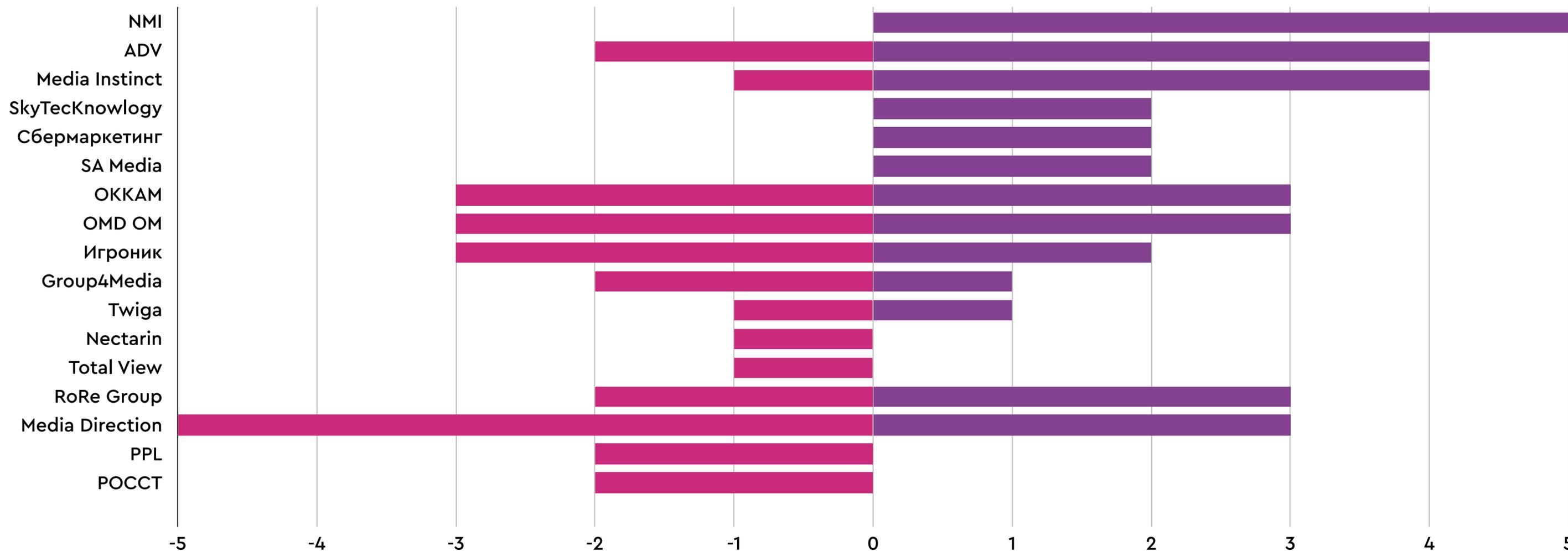
*Данные за H1 2025 по каналам, на основе Рейтинга Постмаркетинг DAILY

КРУПНЫЕ И ЗАМЕТНЫЕ ПЕРЕХОДЫ 2024/25



Потеряли

Приобрели



Клиентские переходы 2024/2025

КРУПНЫЕ И ЗАМЕТНЫЕ ПЕРЕХОДЫ 2024/25

Краткие выводы

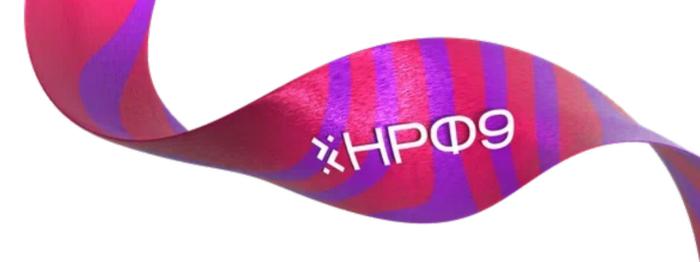
То что на рынке нет переходов клиентов — **заблуждение**. Они коснулись **31%** игроков.

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 11%**.

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



Подписывайтесь!

**Индустрия сама себя
не гармонизирует**

