18 maja 2015 r.

Informacja prasowa

Jak wygląda rynek agencji SEO/SEM w Polsce w 2015 roku? [infografika]

**Big data, content marketing i mobile to kluczowe obszary, które będą wywierały wpływ na kształt rynku agencji SEO/SEM w 2015 roku. Takie wnioski płyną z badania przeprowadzonego wśród przedstawicieli rynkowych przez Bluerank i IRCenter.**

Badanie w formie wywiadów indywidualnych przeprowadzono wśród 20 liderów rynku, z kolei w wywiadach telefonicznych wzięło udział 1000 osób, na co dzień zajmujących się działaniami z zakresu SEO/SEM. Respondenci najczęściej pochodzili z branży reklamowej, public relations i e-commerce.

Aż 80% spośród przebadanych firm prowadzi działania z zakresu SEO/SEM korzystając z usług agencji zewnętrznych. 35% badanych zleca te działania całkowicie na zewnątrz, 11% wykonuje je wewnątrz firmy, z kolei 47% badanych realizuje je zarówno wewnątrz, jak i zleca zewnętrznym podwykonawcom.

Głównym celem prowadzonych działań z zakresu SEO/SEM jest zwiększenie ruchu na stronie. Z kolei firmy, które zlecają wymienione działania agencjom zewnętrznym, zwracają większą uwagę na działania sprzedażowe oraz prowadzenie zintegrowanej komunikacji.

Jeśli chodzi o czas poświęcony działaniom SEO/SEM, aż 2/3 pracowników dzieli obowiązki z zakresu SEO z innymi zadaniami. 70% respondentów poświęca im do 8 godzin w ciągu tygodnia. Jednak blisko połowa deklaruje, że gdyby poświęcali więcej czasu tego typu działaniom, osiągnęliby lepsze rezultaty.

90% respondentów uważa, iż wyszukiwanie informacji na urządzeniach mobilnych zmieni sposób i modele działania agencji SEO/SEM. 80% badanych marketingowców twierdzi natomiast, że działania SEO/SEM pozwolą im na osiągnięcie lepszych wyników, takie samo przekonanie panuje wśród 75% osób posiadających wysokie umiejętności analityczne.

Ważnym wnioskiem jest również fakt, iż osoby, które widzą efekt prowadzonych działań z zakresu SEO/SEM na ich biznes, są zdecydowanie bardziej otwarte na szkolenia i pozyskiwanie dodatkowej wiedzy. Z kolei doświadczenie, cena i jej adekwatność do jakości usług oraz klienci i portfolio agencji, są kluczowymi czynnikami wpływającymi na wybór zewnętrznych partnerów odpowiedzialnych za działania SEO/SEM.

Badanie pokazuje, że rynek SEO/SEM nieustannie się rozwija i podlega zmianom, do których podmioty rynkowe już powinny zacząć się dostosowywać, jeśli myślą o promowaniu biznesu w Internecie. Poważnie powinny podejść także do tego, osoby, które być może dopiero teraz planują swoją ścieżkę zawodową, ponieważ w tym obszarze mogą liczyć na rozwój i miejsca pracy.

Więcej informacji:

[www.ircenter.com](http://www.ircenter.com)

[www.bluerank.pl](http://www.bluerank.pl)

**O IRCenter**

IRCenter to agencja specjalizująca się w badaniach i konsultingu marketingowym, m.in. w obszarze digital i interactive. Głównym obszarem działalności spółki są: badania marketingowe, społeczne i polityczne, analiza potencjału usług mobilnych i korzystania z wyszukiwarek, opracowywanie strategii obecności marki w mediach digitalowych, bieżący konsulting dot. działań digitalowych i mobilnych, rozwój narzędzi badawczych w obszarze interactive oraz mobile.

**O Bluerank**

Bluerank to biznesowy partner największych firm w Polsce i na świecie, dostarczający usługi marketingu w wyszukiwarkach internetowych (SEM) oraz Digital Analytics. Jedyna polska agencja nagrodzona przez światowych ekspertów w konkursie European Search Awards. W ciągu ostatniego roku została zwycięzcą kategorii ,,Marketing internetowy – SEM” w konkursie Golden Arrow i sześciokrotnie wytypowana przez klientów do grona liderów Raportu Agencji Media & Marketing Polska. Bluerank aktywnie działa w kluczowych organizacjach branżowych, w tym m.in. IAB, e-Commerce Polska, SEMPO oraz Digital Analytics Association. Od momentu założenia w 2005 roku, agencja realizuje projekty marketingowe dla ponad stu klientów na sześciu kontynentach. Do tej pory zaufali jej m.in. 3M, Agito.pl, Amnesty International, Ceneo.pl, Dbam o Zdrowie, Deutsche Bank, ELECTRO.pl, Inter Cars, Media Expert, Mennica Polska, Mitsubishi Motors, nazwa.pl, Panorama Firm, Rainbow Tours oraz Rossmann.