



BusinessStat[®]

готовые обзоры рынков



Анализ рынка коллтрекинга в России в 2020-2024 гг, прогноз на 2025-2029 гг

АДРЕС:

107023, г. Москва
ул. Электrozаводская
д. 23, стр. 8

ТЕЛ.:

+7 (495) 180-04-19

ФАКС:

+7 (495) 180-04-19

ЭЛЕКТРОННАЯ ПОЧТА:

info@businessstat.ru

САЙТ:

www.businessstat.ru

Аннотация

По оценкам BusinesStat, за 2020-2024 гг численность покупателей сервисов коллтрекинга в России возросла на 33% и в 2024 г составила 49 тыс. Положительная динамика наблюдалась ежегодно, что было связано с увеличением числа абонентов виртуальных АТС и развитием рынка интернет-рекламы.

Замедление темпов роста численности клиентов в 2022-2024 гг обусловлено подорожанием услуги, при этом снижения показателя не произошло даже в 2022 г. Новости об уходе ряда зарубежных компаний с российского рынка предприятия многих отраслей восприняли как вызов и возможность занять пустующие ниши, привлечь новых клиентов. Одновременно им было важно планировать бизнес на перспективу и оптимизировать затраты на продвижение, благодаря чему спрос на услуги коллтрекинга оживился.

Рост рынка сдерживает распространение бесплатных инструментов отслеживания контактов для размещения рекламы, часто предоставляемых в рамках договора с операторами виртуальных АТС. Дополнительным негативным фактором выступает тот факт, что субъекты малого и среднего предпринимательства часто используют узкий ассортимент рекламных каналов или единый телефонный номер на каждый канал и потому не нуждаются в оценке эффективности рекламы посредством коллтрекинга.

«Анализ рынка коллтрекинга в России», подготовленный BusinesStat, включает важнейшие данные, необходимые для понимания текущей конъюнктуры рынка и оценки перспектив его развития:

- потенциал рынка коллтрекинга
- стоимостные и натуральные объемы рынка сервисов calltracking
- средние цены коллтрекинга
- инвестиционные и финансовые показатели отрасли
- рейтинги предприятий отрасли

Рынок коллтрекинга включает продажи сервиса отслеживания звонков и сопутствующих инструментов аналитики. В объеме рынка не учитываются услуги по сквозной аналитике и инструменты маркетинга, предлагаемые отдельно от услуг отслеживания звонков.

В обзоре рынок коллтрекинга сегментирован:

по видам продуктов:

- динамический коллтрекинг
- комбинированный коллтрекинг
- статический коллтрекинг

по отраслям предприятий, использующих коллтрекинг:

- бизнес-услуги
- медицина и красота
- оптовая торговля
- производство
- розничная торговля
- строительство и недвижимость
- сфера услуг
- IT
- прочие отрасли

по размерам предприятий, использующих коллтрекинг:

- крупные предприятия
- малые предприятия
- микропредприятия
- средние предприятия

Приведена информация о ключевых операторах рынка коллтрекинга. Информация о показателях деятельности операторов рынка приводится в объеме, доступном на официальных сайтах компаний.

При подготовке обзора используется официальная статистика и собранные данные:

- Федеральная служба государственной статистики (Росстат)
- Федеральная налоговая служба
- Ассоциация коммуникационных агентств России (АКАР)

Информация, собранная BusinessStat:

- оценки экспертов рынка рекламы и маркетинга
- финансовая отчетность операторов рынка коллтрекинга

Информацию о смежных рынках вы можете найти в других исследованиях BusinessStat:

- [Анализ рынка IT-аутсорсинга в России](#)
- [Анализ рынка рекламы в России](#)
- [Анализ рынка СМИ в России](#)
- [Анализ рынка франшиз в сфере рекламы и маркетинга в России](#)

Содержание

МЕТОДИКА ПОДГОТОВКИ ОБЗОРА РЫНКА

КЛАССИФИКАЦИЯ ПРОДУКТОВ КОЛЛТРЕКИНГА

РЕГУЛИРОВАНИЕ РЫНКА

ПОТЕНЦИАЛ РЫНКА КОЛЛТРЕКИНГА

- Таблица 1. Оборот рекламного рынка в России в 2020-2024 гг (млрд руб)
- Таблица 2. Оборот рекламного рынка по каналам в России в 2020-2024 гг (млрд руб)
- Таблица 3. Численность потенциальных и реальных клиентов коллтрекинга в России в 2020-2024 гг (тыс)
- Таблица 4. Прогноз численности потенциальных и реальных клиентов коллтрекинга в России в 2025-2029 гг (тыс)
- Таблица 5. Насыщенность рынка коллтрекинга в России в 2020-2024 гг
- Таблица 6. Прогноз насыщенности рынка коллтрекинга в России в 2025-2029 гг

ОПЕРАТОРЫ РЫНКА КОЛЛТРЕКИНГА

Сервисы коллтрекинга

- Mango Office
- Calltouch
- UIS
- CoMagic
- Roistat
- MCN Telecom
- Callibri
- K50
- LPTracker
- Calltracking.ru
- QUON
- Alytics

Рейтинги предприятий отрасли (юрлиц)

- Таблица 7. Рейтинг предприятий отрасли по выручке от продаж в 2024 г (млн руб)
- Таблица 8. Рейтинг предприятий отрасли по прибыли от продаж в 2024 г (млн руб)
- Таблица 9. Рейтинг предприятий отрасли по рентабельности продаж в 2024 г (%)

ПРОФИЛИ ВЕДУЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ ОТРАСЛИ

ООО «Манго Телеком»

- Регистрационные данные
- Руководство предприятия
- Основные участники
- Дочерние предприятия
- Бухгалтерский баланс (тыс руб)

- Отчет о прибылях и убытках (тыс руб)
- Основные финансовые показатели

ООО «Колтач Солюшнс»

- Регистрационные данные
- Руководство предприятия
- Основные участники
- Бухгалтерский баланс (тыс руб)
- Отчет о прибылях и убытках (тыс руб)
- Основные финансовые показатели

ООО «Новосистем»

- Регистрационные данные
- Руководство предприятия
- Основные участники
- Дочерние предприятия
- Бухгалтерский баланс (тыс руб)
- Отчет о прибылях и убытках (тыс руб)
- Основные финансовые показатели

ООО «Комеджик»

- Регистрационные данные
- Руководство предприятия
- Основные участники
- Бухгалтерский баланс (тыс руб)
- Отчет о прибылях и убытках (тыс руб)
- Основные финансовые показатели

ООО «Бизнес-аналитика»

- Регистрационные данные
- Руководство предприятия
- Основные участники
- Бухгалтерский баланс (тыс руб)
- Отчет о прибылях и убытках (тыс руб)
- Основные финансовые показатели

ПОКУПАТЕЛИ УСЛУГ КОЛЛТРЕКИНГА

- Таблица 10. Численность покупателей услуг коллтрекинга в России в 2020-2024 гг (тыс)
- Таблица 11. Прогноз численности покупателей услуг коллтрекинга в России в 2025-2029 гг (тыс)

Численность покупателей по видам продуктов

- Таблица 12. Численность покупателей по видам продуктов в России в 2020-2024 гг (тыс)
- Таблица 13. Прогноз численности покупателей по видам продуктов в России в 2025-2029 гг (тыс)

ОБОРОТ РЫНКА КОЛЛТРЕКИНГА

- Таблица 14. Оборот рынка коллтрекинга в России в 2020-2024 гг (млрд руб)
- Таблица 15. Прогноз оборота рынка коллтрекинга в России в 2025-2029 гг (млрд руб)

Структура рынка по видам продуктов

- Таблица 16. Оборот рынка коллтрекинга по видам продуктов в России в 2020-2024 гг (млн руб)
- Таблица 17. Прогноз оборота рынка коллтрекинга по видам в России в 2025-2029 гг (млн руб)

Структура рынка по отраслям клиентов

- Таблица 18. Оборот рынка коллтрекинга по отраслям в России в 2020-2024 гг (млн руб)
- Таблица 19. Прогноз оборота рынка коллтрекинга по отраслям в России в 2025-2029 гг (млн руб)

Структура рынка по размеру предприятий

- Таблица 20. Оборот рынка коллтрекинга по размеру предприятий в России в 2020-2024 гг (млн руб)
- Таблица 21. Прогноз оборота рынка коллтрекинга по размеру предприятий в России в 2025-2029 гг (млн руб)

СРЕДНЯЯ ЦЕНА УСЛУГ КОЛЛТРЕКИНГА

- Таблица 22. Средние годовые затраты покупателя на коллтрекинг в России в 2020-2024 гг (тыс руб в год)
- Таблица 23. Прогноз средних годовых затрат покупателя на коллтрекинг в России в 2025-2029 гг (тыс руб в год)
- Таблица 24. Средняя цена коллтрекинга в России в 2020-2024 гг (тыс руб в месяц)
- Таблица 25. Прогноз средней цены коллтрекинга в России в 2025-2029 гг (тыс руб в месяц)
- Таблица 26. Средняя цена коллтрекинга по видам продуктов в России в 2020-2024 гг (тыс руб в месяц)
- Таблица 27. Прогноз средней цены коллтрекинга по видам продуктов в России в 2025-2029 гг (тыс руб в месяц)

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ОТРАСЛИ

- Таблица 28. Выручка от продаж в 2020-2024 гг (млрд руб)
- Таблица 29. Коммерческие и управленческие расходы в 2020-2024 гг (млрд руб)
- Таблица 30. Себестоимость в 2020-2024 гг (млрд руб)
- Таблица 31. Прибыль от продаж в 2020-2024 гг (млрд руб)
- Таблица 32. Экономическая эффективность в 2020-2024 гг
- Таблица 33. Инвестиции в отрасль в 2020-2024 гг (млрд руб)
- Таблица 34. Численность работников отрасли в 2020-2024 гг (тыс чел)
- Таблица 35. Средняя зарплата в отрасли в 2020-2024 гг (тыс руб в год)

Методика подготовки обзора рынка

При подготовке обзора BusinesStat ставит целью собрать максимум информации об анализируемом рынке.

На первой стадии аналитики BusinesStat агрегируют национальную и международную статистику, отраслевую статистику, рыночные исследования. Дополнительно проводится анализ оценок экспертов рынка и информации в СМИ.

На втором этапе работ полученные данные взвешиваются и приводятся к единому непротиворечивому массиву. На этом этапе происходит отбраковка данных, которые представляются аналитикам противоречивыми или менее надежными. Выбранные данные должны находиться между собой в полной корреляции, чтобы сделать возможной комплексную оценку рынка.

Данные по разным показателям извлекаются из разных источников и первоначально не полностью соответствуют друг другу, что часто требует проведения дополнительных расчетов. В итоге по части уточненных, расчетных параметров рынка BusinesStat сам становится источником данных, что отмечено под соответствующими таблицами обзоров.

Третьим этапом работ является построение динамических рядов – прогнозирование. Первичное прогнозирование осуществляется математическими методами, суть которых сводится к анализу ретроспективных данных для построения прогноза. Однако такой анализ может задать лишь общий тренд на стабильных рынках с известной многолетней динамикой. Подобные стабильные рынки во многих странах мира фактически отсутствуют, из-за чего эффективность математического анализа падает.

Для уточнения прогнозов анализируются факторы, влияющие на развитие рынка. Часть факторов определена достаточно жестко и может быть использована с большой уверенностью для прогнозирования. Пример такого фактора – государственное отраслевое регулирование. Часто заранее известна политика правительства в области регулирования импорта, по инвестициям в производство и строительство, субсидированию или, наоборот, увеличению налоговой нагрузки на отрасль. Зная качество исполнения подобных программ, аналитик может оценить влияние данного фактора на отрасль.

Влияние некоторых факторов может быть менее выражено либо противоречиво. Чаще всего подобные факторы связаны с планами компаний, событиями на смежных рынках, изменением потребительского поведения. Здесь приходится анализировать более широкий круг переменных, часто применяя бенчмарки с соседних рынков, где аналогичная ситуация происходила ранее, или с рынков аналогичных отраслей других стран, где были аналогичные кейсы. Например, во всех развивающихся странах мира наблюдается схожая динамика потребительского поведения, обусловленная появлением новых категорий товаров, развитием сетевой розницы, приходом международных корпораций.

Классификация продуктов коллтрекинга

Коллтрекинг (calltracking) – инструмент отслеживания звонков для оценки эффективности рекламного канала путем подмены номеров и переадресации входящих звонков в компанию, обобщения и анализа информации об источнике обращений.

Коллтрекинг на основе анализа эффективности рекламных каналов помогает оптимизировать рекламный бюджет, а также повысить качество обслуживания путем анализа записей телефонных обращений, работы call-центра. Коллтрекинг эффективен для использования владельцами сайтов, интернет-магазинов, а также при продвижении продукции и услуг с применением различных каналов коммуникаций. Коллтрекинг, как правило, интегрируется в общую систему сквозной аналитики, взаимодействует с CRM-системами, что помогает проследить конверсию рекламного контакта по средствам распространения.

В обзоре коллтрекинг рассматривается как полноценная часть платформы маркетинга, один из инструментов анализа обращений и эффективности рекламы и складывается из отдельных сервисов коллтрекинга без учета услуг отслеживания звонков, анализа эффективности рекламных каналов, осуществляемых подрядчиками без предоставления программного обеспечения или доступа к платформам для самостоятельного анализа данных.

Коллтрекинг классифицируется по видам:

- **Статический коллтрекинг** подразумевает присвоение каждому рекламному каналу индивидуального телефонного номера, благодаря чему система фиксирует, с какого канала продвижения пришло обращение. Статический коллтрекинг позволяет осуществлять простой количественный анализ данных. Подходит для анализа офлайн- и онлайн-контактов.
- **Динамический коллтрекинг** – каждому посетителю сайта присваивается уникальный телефонный номер, при этом учитываются ключевые слова, источник перехода и прочие данные. Позволяет произвести глубокий анализ данных потребительского поведения, отслеживает эффективность каждого рекламного объявления, а не только канала в целом. Используется для онлайн-рекламы.
- **Комбинированный (смешанный) коллтрекинг** – одновременное использование элементов статистического и динамического коллтрекинга. Применяется, когда в рамках рекламной кампании присутствует несколько задач по глубине анализа различных каналов коммуникации.

Также различают коллтрекинг по способам оплаты:

- абонентская плата согласно тарифам коллтрекинга с возможностью подключения дополнительных услуг;
- калькулятор стоимости услуг коллтрекинга, итоговая стоимость которых зависит от различных параметров (количество посетителей на сайте в сутки, время сессии, кода города и прочее) и приобретения дополнительных возможностей.

В обзоре коллтрекинг детализирован по видам, а также отраслям и размерам предприятий, использующих коллтрекинг.

Разработка и предоставление в пользование продуктов коллтрекинга, относится к отрасли ОКВЭД 2 (62.01) – «Разработка компьютерного программного обеспечения». Более глубокий уровень детализации для коллтрекинга в отраслевом классификаторе не предусмотрен. В главе «Экономические показатели отрасли» приведена информация по данному коду.

Покупатели услуг коллтрекинга

Покупателями услуг коллтрекинга могут являться как юридические, так и физические лица. Абоненты коллтрекинга, как правило, осуществляют оплату услуги посредством ежемесячной абонентской платы.

Если рекламодатель пользуется услугами коллтрекинга на условно бесплатной основе на платформах Google или Яндекс, либо получает сервис в комплекте с бизнес-пакетом от провайдера телефонии, он считается пользователем услуг коллтрекинга, но не является покупателем – клиентом рынка коллтрекинга. В этом случае пользователь сервиса будет относиться к потенциальным клиентам рынка.

Численность покупателей может выражаться как накопительным итогом – абонентов на конец периода, так и объемом продаж в течение конкретного периода – например, покупателей в течение года.

В данной главе приводится накопленная численность покупателей рынка на конец года, то есть сколько компаний пользовались данным продуктом в течение года. Для расчетов накопительного числа клиентов учитывается как приток, так и отток абонентов услуг коллтрекинга с рынка.

Таблица 10. Численность покупателей услуг коллтрекинга в России в 2020-2024 гг (тыс)

Параметр	2020	2021	2022	2023	2024
Численность покупателей (тыс)	37,0	41,4	44,1	46,8	49,3
Динамика (% к предыдущему году)	-	11,9	6,7	6,1	5,4

Источник: расчеты *BusinesStat*

За 2020-2024 гг численность покупателей сервисов коллтрекинга в России возросла на 33% и в 2024 г составила 49 тыс. Положительная динамика наблюдалась ежегодно, что было связано с увеличением числа абонентов виртуальных АТС и развитием рынка интернет-рекламы. Замедление темпов роста численности клиентов в 2022-2024 гг обусловлено подорожанием услуги, при этом снижения показателя не произошло даже в 2022 г. Новости об уходе ряда зарубежных компаний с российского рынка предприятия многих отраслей восприняли как вызов и возможность занять пустующие ниши, привлечь новых клиентов и потребителей. Одновременно им было важно планировать бизнес на перспективу и оптимизировать затраты на продвижение, благодаря чему спрос на услуги коллтрекинга оживился.