

Что будет с рынком в 2026 и 2027 годах

Исследование и выводы из 105 интервью
с владельцами и руководителями
ИТ-компаний, веб-студий и диджитал-агентств

Анна Караулова, основатель

Клуб Digital Сфера

для

BOOST

20 лет в коммерции

Основатель клуба владельцев
и руководителей агентств, веб-студий
и ИТ-компаний **Digital Сфера**

- Экс. коммерческий директор iConText Group (400 человек)
- Экс. правляющий партнер MediaGuru (100 человек)
- Создатель Сообщества «Управление агентством» (13 000 человек)



Что происходит на рынке?

Мнение участников Цеха —
трекинг-группы «Продажи для руководителей»



- Рекламных каналов практически не было.
- Новые клиенты приходили преимущественно по сарафану и через партнёров.
- Не существовало воспроизводимого ответа на вопрос: «Что нужно сделать и сколько потратить, чтобы получить N новых клиентов?»

Трижды запускался отдел продаж. Пробовались холодные звонки, публичные выступления, кейсы. Итог: **3 продажи**. Отдел сокращён с 4 до 1 человека – убыток **−2,9 млн** при ФОТ 3,8 млн.

Компания выросла на личных контактах собственника. Этот канал исчерпан и не масштабируется. Новый системный канал привлечения не построен.

Синхронизировать маркетинг и продажи и добавить системности коммерческим процессам.

ДИНАМИКА ЗАЯВОК

МАЙ	АВГУСТ
12	→ 6

Рост есть.
Роста нет.

Выручка за год прибавила 20 %, валовая маржа выросла на 10 пунктов — но весь прирост оборота дал якорный холдинг, вся остальная выручка упала на 15,8 %, а маржа выросла потому,

Компания выросла на личном нетворке. 90%+ выручки зависит от двух людей. Отдел развития не генерирует сделки самостоятельно.

2–3 лида/мес от команды, 0 сделок за 2–3 месяца

30% комиссия — в 2–6 раз выше рынка (5–15%)

2 фактора, влияющие на рынок

Внутренний

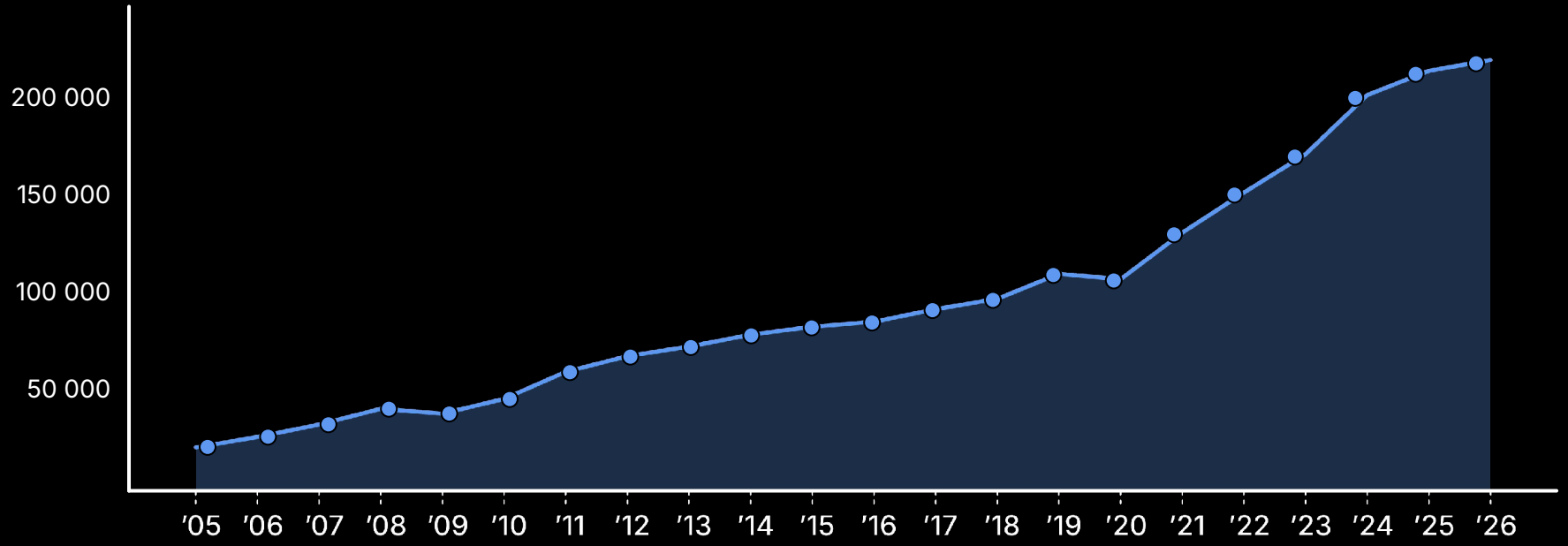
Внешний

Внешний фактор — экономика



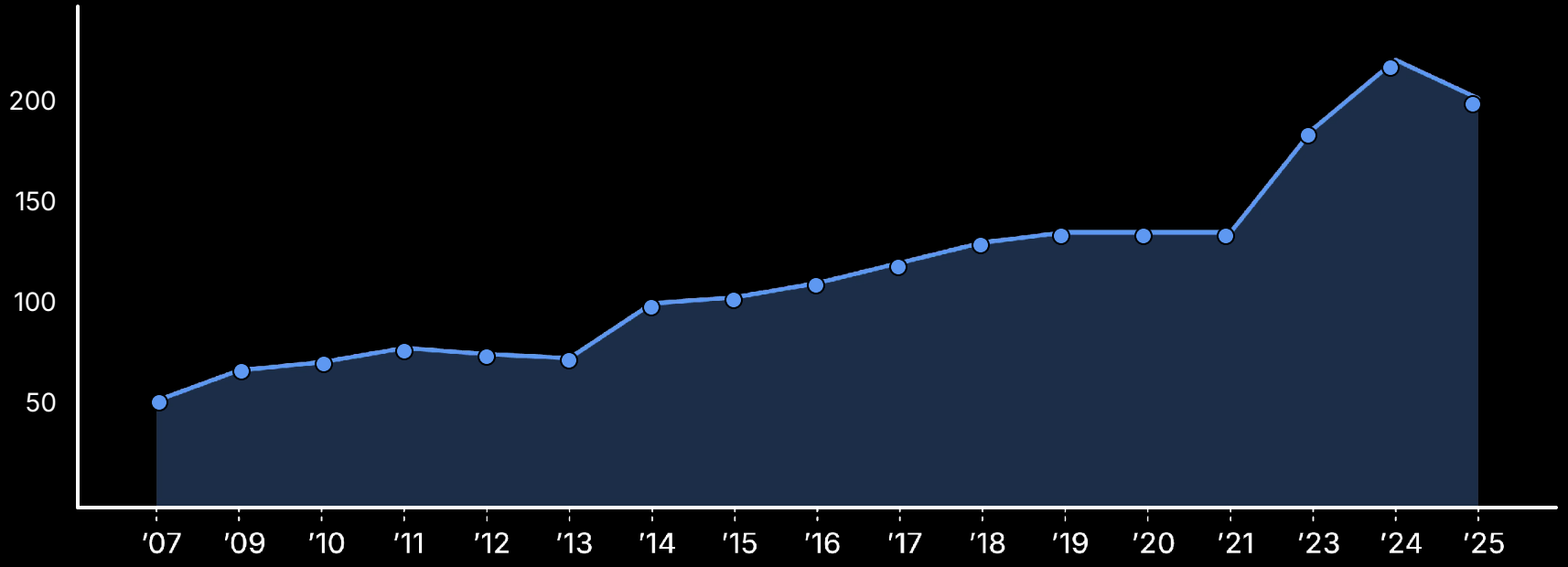
ВВП России с 2005 по 2026

Данные Росстат. Миллиардов рублей



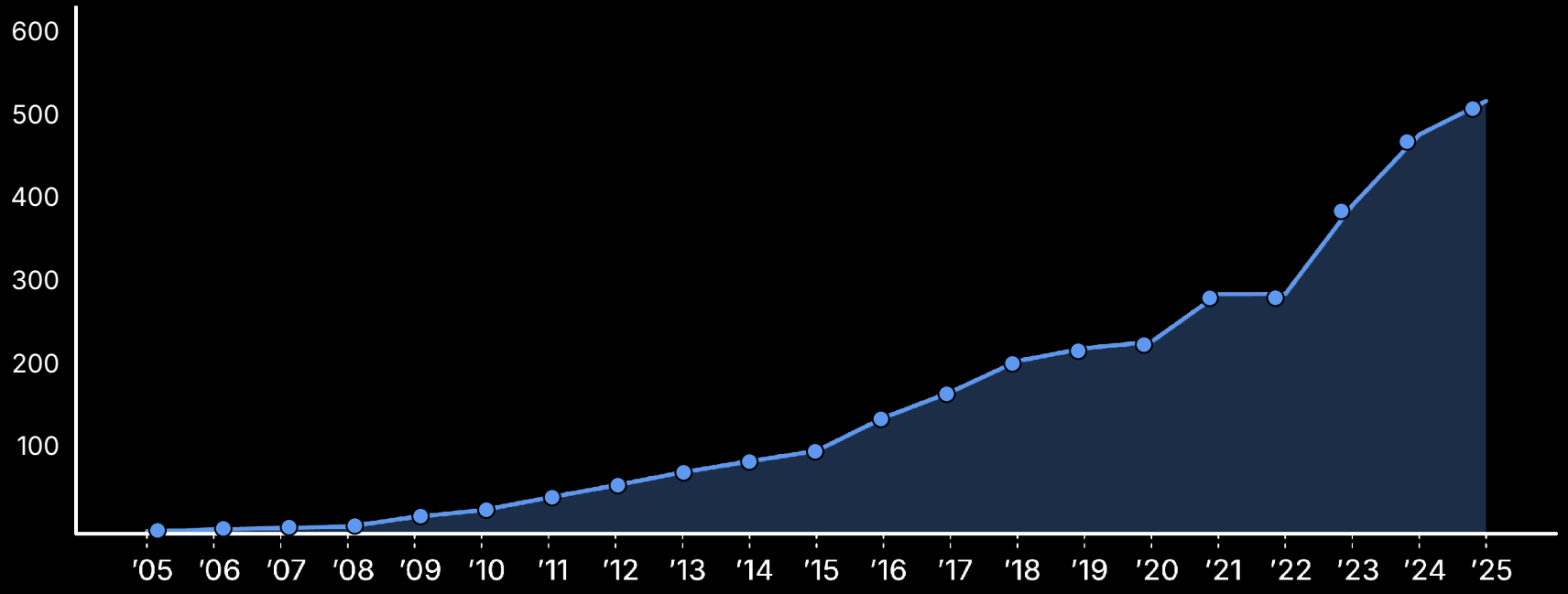
Потребительские цены как росли, так и растут

Индекс Биг-Мака в России. В рублях



Объем рынка интернет-рекламы

АКАР с 2005 по 2025. Миллиардов рублей



Инфляция стоимости клика в Яндекс.Директе

По мнению экспертов с 2022 по 2025 год

+80%

на поиске

+120%

в рекламной сети

Цепочка реакций

1. Экономика останавливается — рынки перестают расти
2. Рынки перестают расти — усиливается конкуренция у заказчиков
3. Усиливается конкуренция у заказчиков — нужно больше вкладывать в продвижение
4. Цены растут — люди начинают осознаннее покупать и выбирать более дешевые товары
5. Люди начинают осознаннее покупать и выбирать более дешевые товары — маржа у заказчиков не растет
6. Маржа не растет, инфляция рекламного инструментария — нет возможности нарастить объемы выкупа и продать хотя бы столько же!

Где взять на это деньги?

Цепная реакция

1. Отсутствие денег и инфляция инструментария не позволяют выкупать больше трафика

2. Выкупленный трафик приносит меньше продаж

3. Меньше продаж — у заказчиков меньше денег, которые можно инвестировать в разработку и новую рекламу



У заказчиков меньше денег, которые можно инвестировать в разработку и новую рекламу — меньше продаж у нас

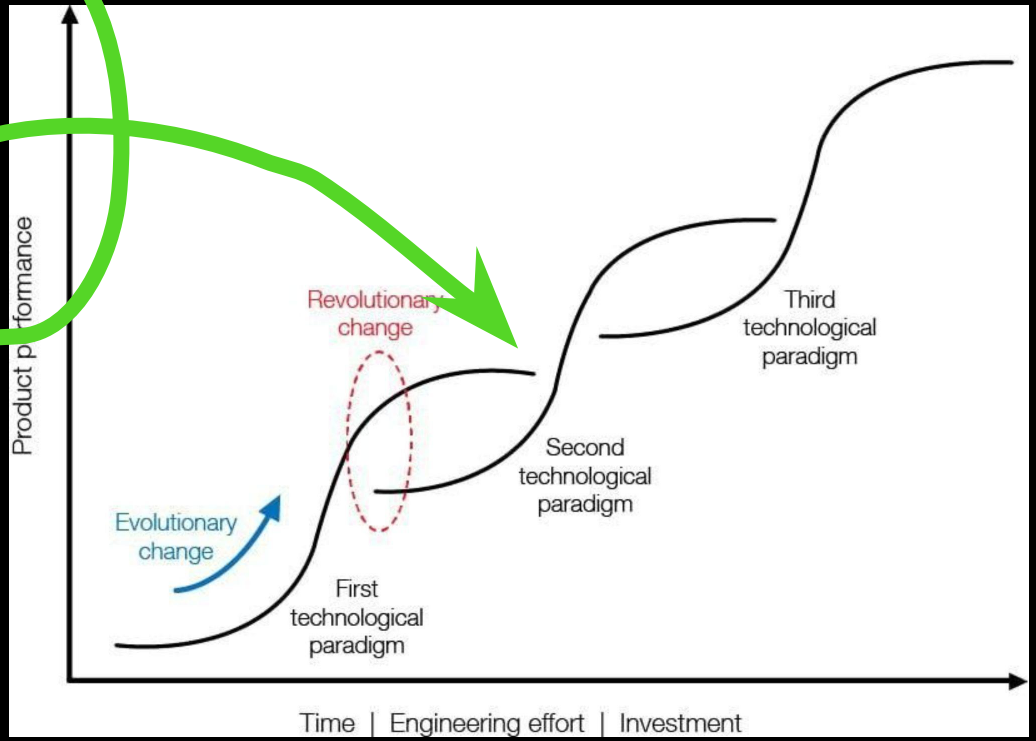
Это могло бы компенсировать снижение процентной ставки

Ниже процентная ставка — больше кредитов для бизнеса — больше инвестиций в производство и продвижение

12-14%

Прогноз на 2026. Коммерческие кредиты под 19-21,5%

Мы тут


Product performance
Revolutionary change
Third technological paradigm
Second technological paradigm
Evolutionary change
First technological paradigm
Time | Engineering effort | Investment


Жизнь прекрасна
Бля
Все наладилось
Все наладится
Уииииии
Сука
Жопа
А-а, вот теперь жопа
Да я железный человек
Я Властелин, сука, Мордора
Жизнь
полосата
Главное не пойти
по тёмной полосе
©Кир.Анастасин

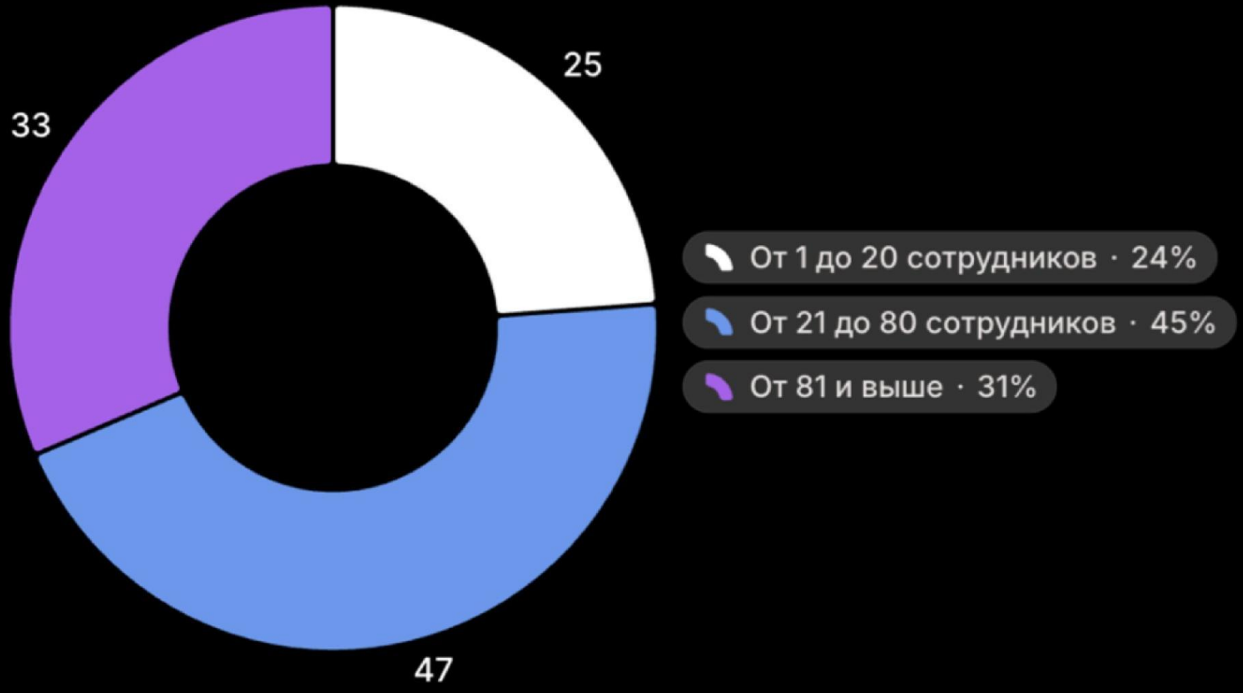
ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА

105 интервью с владельцами и руководителями компаний разработки, веб-студий и диджитал-агентств

январь — июль 2026 года

Размеры компаний-участниц исследования

У 76% компаний, участвующих в исследовании, в штате от 21 человека и более



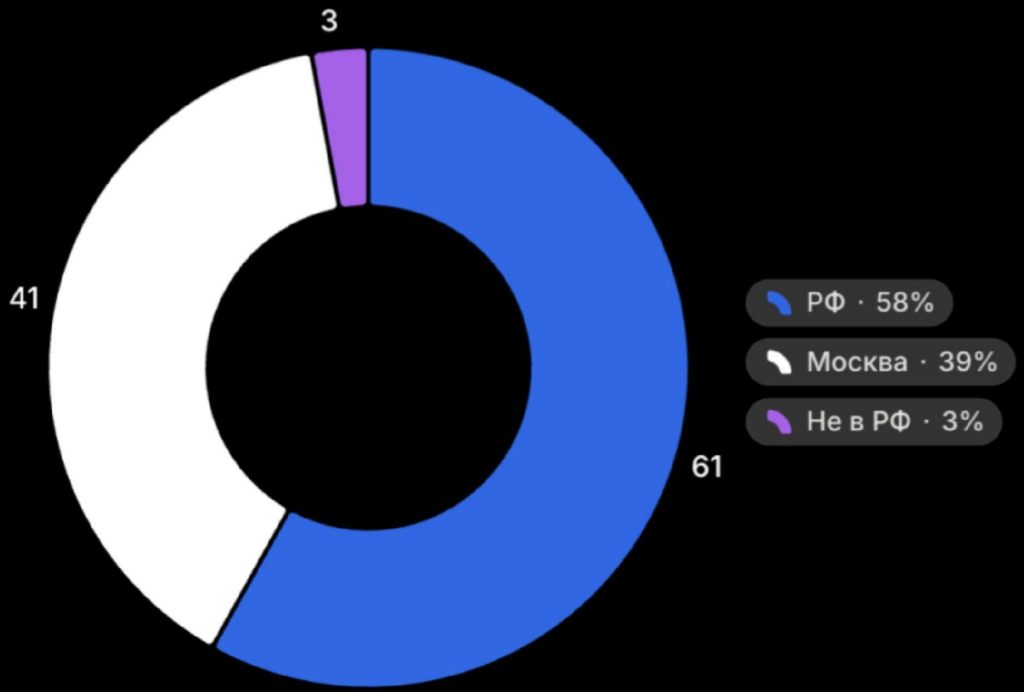
Роли участников исследования

82% участников исследования управляют компаниями



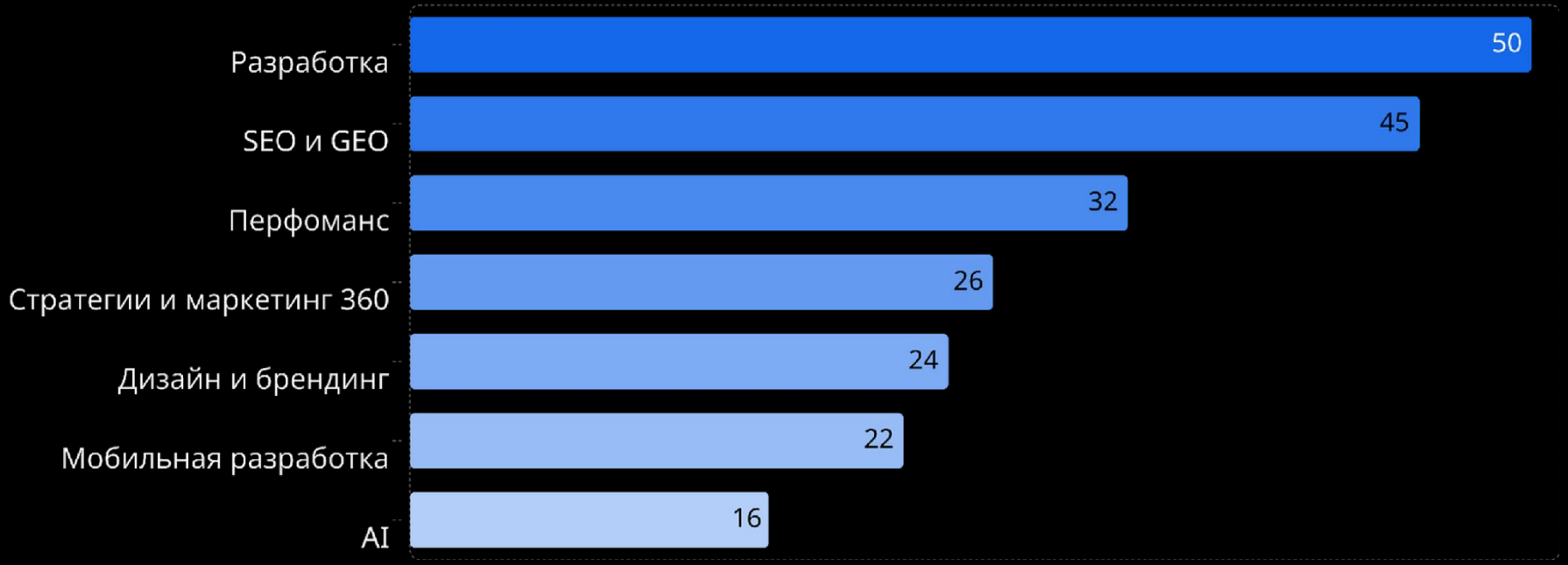
География

61% участников исследования базируются не в Москве



Инструменты, на которых специализируются компании-респонденты

У компаний может быть несколько специализаций на инструментах



2026 VS 2025

Сравнивался период к периоду. Например, Q1 2026 к Q1 кварталу 2025





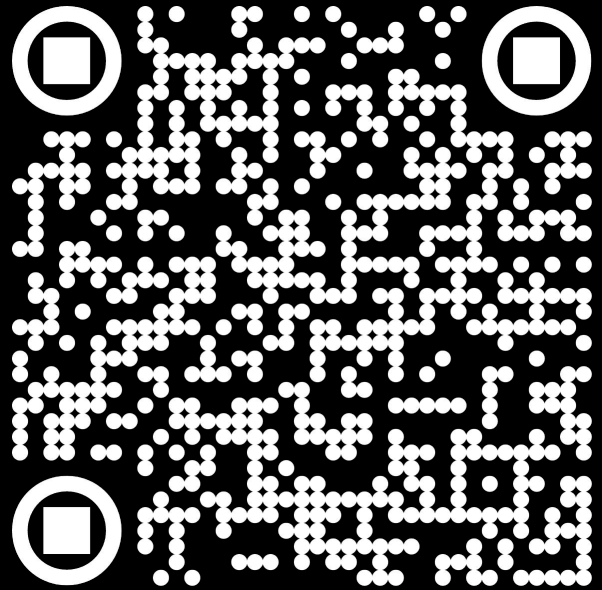
Рост VS падение 2026: в чём причины?

9 паттернов:
что делают растущие компании,
и не делают падающие

1. Специализация
2. Сокращения штата
3. Увеличение бюджета коммерции: маркетинг, продажи, клиентский сервис
4. Системное тестирование нового
5. Участие собственника в клиентских взаимоотношениях
6. Системный и результативный менеджмент
7. ИИ-трасформация
8. Привлечение внешней экспертизы
9. «Взгляд со стороны»



Поговорим о практике,
а теорию можно прочитать на Хабре



Специализация — это не статуэтки и страницы на сайте

*«Вылечите проблему клиента,
и деньги будут следовать за вами»*

Зиг Зиглар, эксперт по продажам
10 млн. проданных книг





Сокращения сотрудников должны быть проактивными

«Готовьтесь к кризисам до того, как они наступят. Сокращайте расходы компании, при этом сохраняя нетронутыми долгосрочные проекты»

Дэвид Кот, экс-глава Honeywell
Более 100 000 человек,
выручка за 2025 37 442 млрд. долларов

Увеличение бюджета коммерции: маркетинг, продажи, клиентский сервис

«Когда бизнес замедляет ход, люди слишком часто урезают расходы на развитие, вместо того, чтобы их увеличивать. А после того, как бизнес входит в колею, они начинают увеличивать расходы, вместо того, чтобы их урезать»

Роберт Кийосаки, инвестор, писатель
личное состояние — 100 млн. долларов





Системное тестирование нового

«Если вы не можете это измерить, вы не можете этим управлять»

Питер Друкер,
идеолог менеджмента,
создатель теории «Управления по целям»

Участие собственника в продажах и клиентских отношениях

«Основатель компании — это лучший продавец, который когда-либо у неё будет»

Бен Хоровиц,
основатель венчурного фонда Andreessen Horowitz,
более 100 млрд. долларов под управлением





Системный и результативный менеджмент

*«Менеджмент должен быть системным.
Рано или поздно — хотя лучше рано —
от интуитивно понятного нужно двигаться
к точному и профессиональному.
Система бьёт класс»*

Александр Фридман,
автор концепции регулярного менеджмента,
консультант Газпрома, Сбербанка, Ростелекома и т.д.

ИИ-трансформация, доводимая до внедрения

«Мы тверды в стратегии, но гибки в деталях. Если вы недостаточно тверды, то не доведете эксперименты до конца. Не будучи гибким, вы будете прошибать стену головой, не видя иных способов решить проблему. Изобретая новое, нужно найти правильный баланс»

Джефф Безос,
основатель Amazon, человек, который отправил невесту-фотомодель в космос



Привлечение внешней экспертизы

Фото скрыто

«Мы все равно заплатили юристам, но не до, а после... И заплатили намного-намного больше, чем могли бы»

Участник исследования,
руководитель веб-студии, с которой сотрудники судятсяиз-за неправильно проведенного сокращения



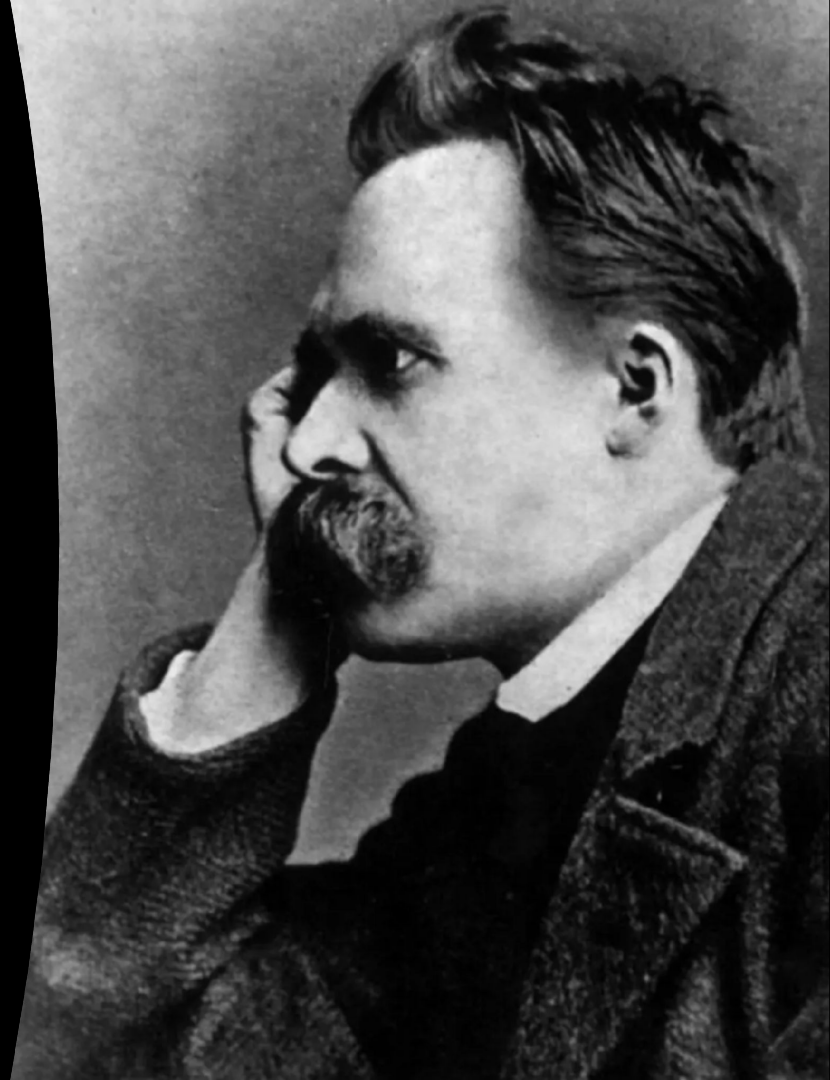
«Взгляд со стороны»: поддержка и обучение владельцев и руководителей

«Находясь внутри банки, невозможно прочитать то, что написано на её этикетке»

Блэр Эннс,
консультант, 25 лет управления и развития бизнеса в крупнейших рекламных агентствах,
автор «The Win Without Pitching Manifesto»

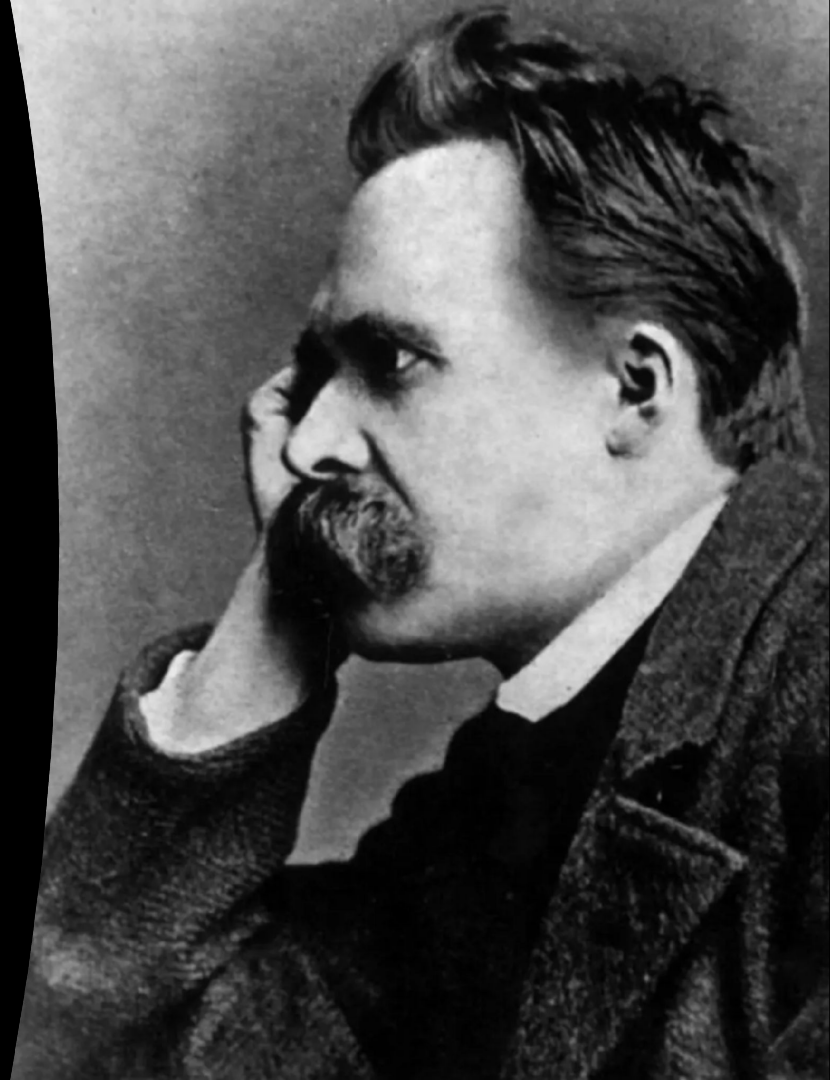
«Падающего — толкни!»

Фридрих Ницше



«Но я говорю:
что падает,
то нужно
ещё толкнуть!»

Фридрих Ницше



Послушать

Эта презентация

Общие данные

Обсудить

Полная версия исследования

Методы продвижения, которые дают результат

Детальные данные только по веб-студиям и ИТ-компаниям

Внедрить

Цех «Продажи для руководителей»

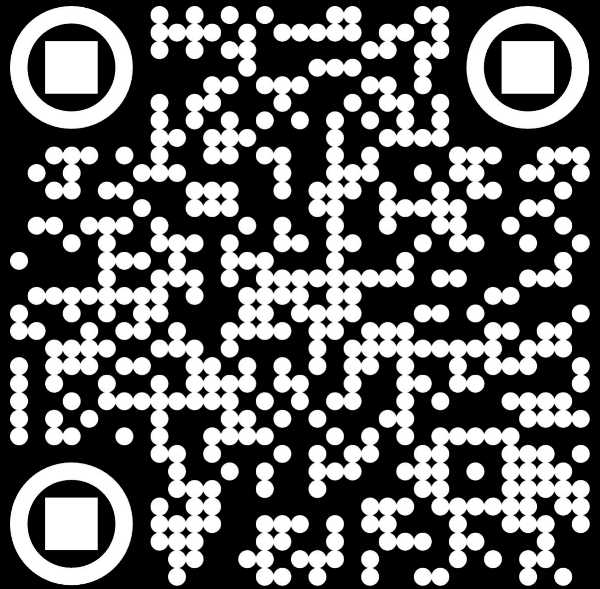
Прозрачность продаж, налитика, планирование

Гипотезы с экономическим обоснованием вместо идей

Масштабируемость: процессы, сотрудники, управление

Старт следующего Цеха

19 ноября 2026
в 11:00



Пишите в личку, обсудим исследование и Цех

