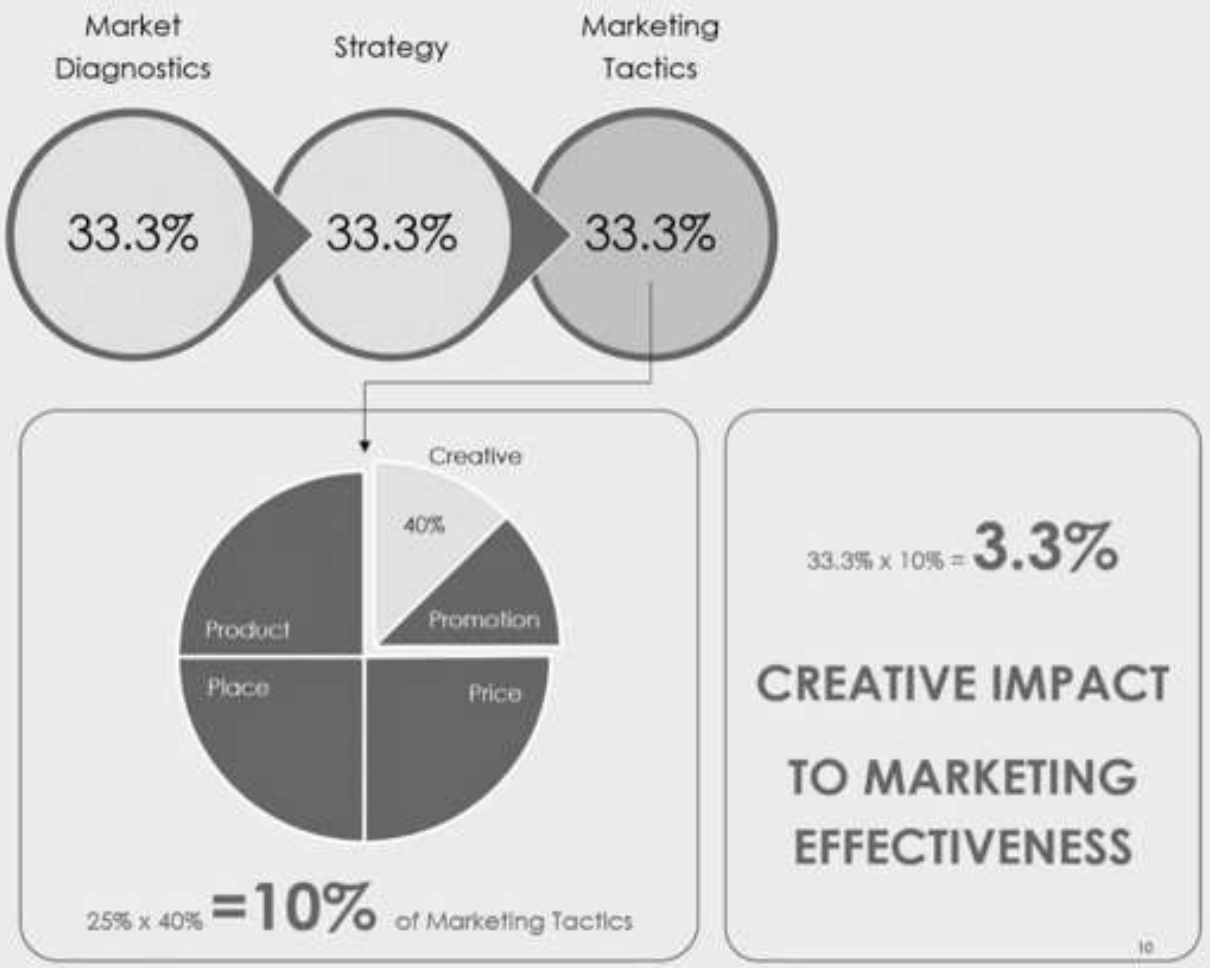
ГРЭЙП

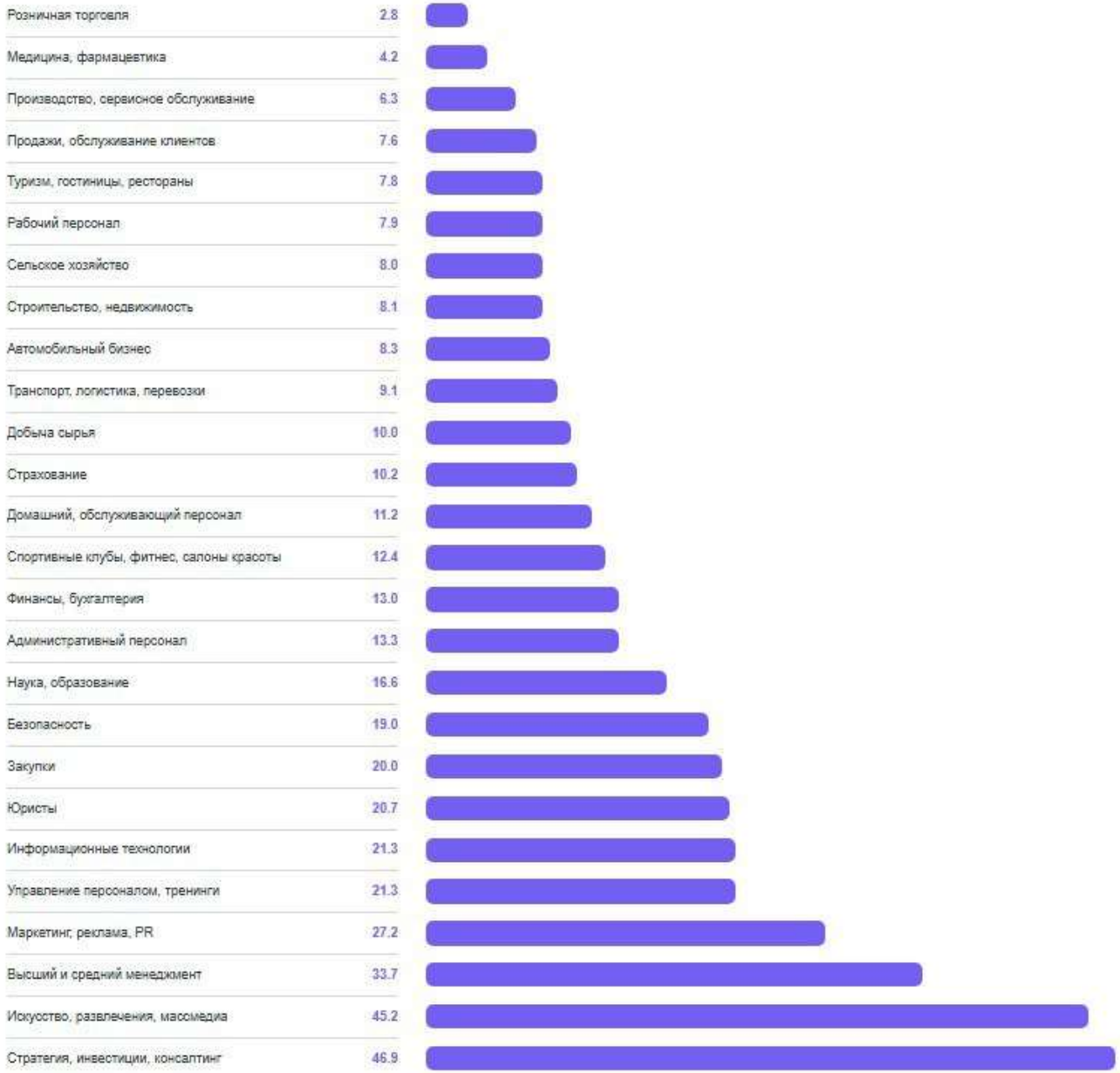
Дно креативной индустрии. Мы на нем или будет еще хуже

Что именно предлагает агентство будущего?



Mark Ritson. MINI MBA

3.3%



Headhunter за январь 2025 года.



Headhunter за январь 2025 года.

Проблема.
Рынок креатива и нон-медиа невозможно посчитать. Его нет в мониторингах рекламных инвестиций, а рейтинги агентств не показывают реальную динамику.

Решение.
Пять лет Okkam Creative спрашивает об этом руководителей ведущих агентств. В 2026 году ответили 23 человека из 21 агентства. Получаем экспертную оценку рынка изнутри, которую можно сравнивать год к году.

НАСТРОЕНИЕ РЫНКА

Креатив и нон-медиа сжимаются, роста почти никто не ждёт

15 из 23

видят спад рынка в 2026, чаще всего на 10–20%

14 из 23

ждут дальнейшего падения в 2027: от −10% до кризиса

3 из 23

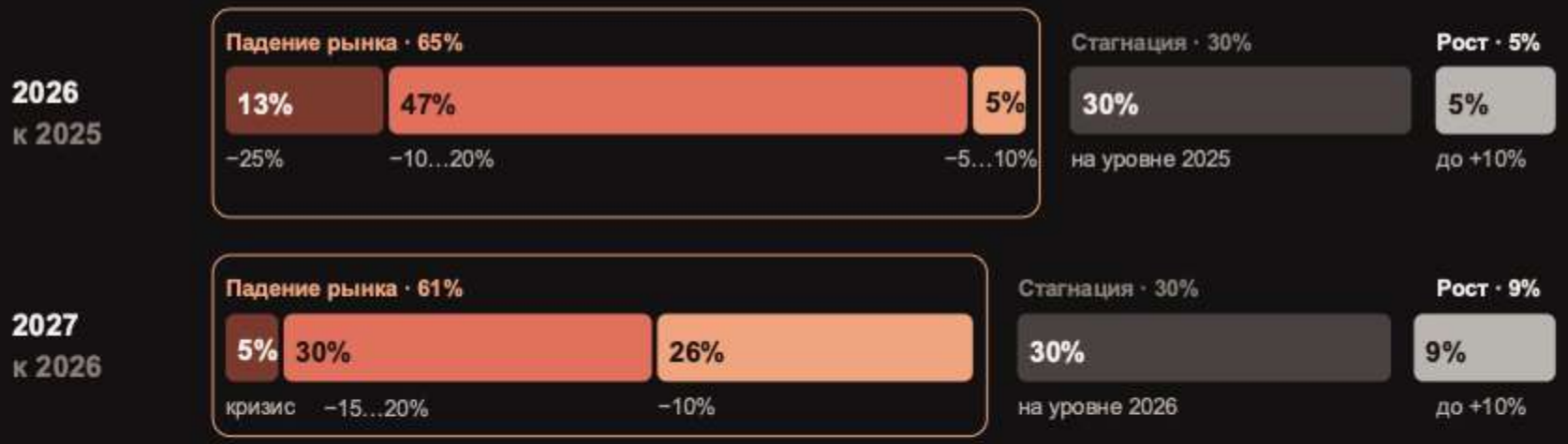
ждут роста, не больше +10%: одно агентство в 2026 и два в 2027

Источник: опрос Okkam Creative среди руководителей креативных и нон-медиа агентств, 9–15 октября 2026, 23 респондента

OKKAM CREATIVE

ОЦЕНКА РЫНКА

2026 и 2027 — спад или стагнация, роста ждут единицы



Источник: опрос Okkam Creative среди руководителей креативных и нон-медиа агентств, 9–15 октября 2026, 23 респондента

OKKAM CREATIVE

ЧТО ОПРЕДЕЛИЛО 2026

2026 год определили ИИ, макроэкономика и бюджеты

12 из 23

ИИ в производстве и работе агентства

Меняет себестоимость контента и отношение клиента к агентству; рядом — контент-заводы и GEO

11 из 23

Макроэкономика и политика

Геополитика, ставка и налоги, падение спроса, удары по ЦОДам и складам, белые списки, неплатежи клиентов

10 из 23

Бюджеты режут, фокус на KPI

Клиенты требуют бизнес-KPI и платят за отслеживаемые продажи: трейд, ритейл, e-com, лиды

7 из 23

Площадки и инфлюенс перестраиваются

Блокировки площадок, запрет рекламы в YouTube и Telegram, дефицит инвентаря, сдвиг в микро-блогеров, вертикальные видео и нативный пользовательский контент

Источник: опрос Okkam Creative среди руководителей креативных и нон-медиа агентств, 9–15 октября 2026, 23 респондента

OKKAM CREATIVE

пострадали самые маржинальные услуги прибыль приближается к нулю

СЕРВИСЫ

Растёт низ воронки, проседает производство





«Рост офлайновой части бизнеса, в основном ивентов. Клиенты активнее в каналах продаж: трейде, ритейле, e-com»

«Будет меньше имиджевых кампаний, больше лидогенерации, которую можно отследить»

«Видеопродакшн — новый черный: большинство клиентов уходят в ИИ-ролики»

Источник: опрос Okkam Creative среди руководителей креативных и нон-медиа агентств, 9–15 октября 2026, 23 респондента

OKKAM CREATIVE

КОМАНДЫ

Больше половины агентств сократились, в 2027 почти никто не растёт

Штат в 2026

12 / 23

сократились. 8 сохранили команду, трое выросли

Планы на 2027

20 / 23

не будут расти: 6 сокращают или оптимизируют, 13 замораживают штат, 1 решит в Q1. Расти планируют трое

Бонусы за 2026

9 / 23

не платят бонусы или платят меньше, чем год назад. 10 ещё не решили, 4 платят как обычно

Сокращать штат в 2027 планируют только агентства от 30 человек. Расти собираются лишь небольшие команды до 30 человек.

Источник: опрос Okkam Creative среди руководителей креативных и нон-медиа агентств, 9–15 октября 2026, 23 респондента

OKKAM CREATIVE

обесценивание креатива

ИИ

обесценивание креатива

сегодняшние
CMO
начинали свою карьеру менеджерами
по контекстной рекламе

слово “прогноз”
в их словаре = обязательство
выполнения плана
и причина для штрафа

26%

выбирали подрядчика без тендера

Creative Health Tracking 2025
Исследование отношения и использования рекламодателями креативных услуг

Аналитический Центр Российской Индустрии Рекламы (АЦ РИР) Сентябрь 2025 Москва

13%

оплачивали тендеры

Creative Health Tracking 2025
Исследование отношения и использования рекламодателями креативных услуг

Аналитический Центр Российской Индустрии Рекламы (АЦ РИР) Сентябрь 2025 Москва

считают,
что это нормально,
чтобы специалисты
работали бесплатно

45%

используют исключительно бесплатные тендеры

Creative Health Tracking 2025
Исследование отношения и использования рекламодателями креативных услуг

Аналитический Центр Российской Индустрии Рекламы (АЦ РИР) Сентябрь 2025 Москва

68%

не раскрывают участников

Creative Health Tracking 2025
Исследование отношения и использования рекламодателями креативных услуг

Аналитический Центр Российской Индустрии Рекламы (АЦ РИР) Сентябрь 2025 Москва

50%

отменяют тендеры

Creative Health Tracking 2025
Исследование отношения и использования рекламодателями креативных услуг

Аналитический Центр Российской Индустрии Рекламы (АЦ РИР) Сентябрь 2025 Москва

58%

считают, что тендеры не влияют на качество идей

Creative Health Tracking 2025
Исследование отношения и использования рекламодателями креативных услуг

Аналитический Центр Российской Индустрии Рекламы (АЦ РИР) Сентябрь 2025 Москва

54%

считают, что оплата тендера не влияет на качество идей

Creative Health Tracking 2025
Исследование отношения и использования рекламодателями креативных услуг

Аналитический Центр Российской Индустрии Рекламы (АЦ РИР) Сентябрь 2025 Москва

ЛЮБОЙ ТЕНДЕР = ВКУСОВЩИНА

70%

считают, что тестирование идей — носит вспомогательный характер

Creative Health Tracking 2025
Исследование отношения и использования рекламодателями креативных услуг

Аналитический Центр Российской Индустрии Рекламы (АЦ РИР) Сентябрь 2025 Москва

10 клиентов = 100 тендеров
(45% отмен, 20% винрейт) =
тендер каждые **3 дня**

10 клиентов = 200 тендеров
(45% отмен, 10% винрейт) =
тендер каждые **1.5 дня**

ответ номер один:
идеи нужны всегда, нужно научиться
как их продавать иначе

ии

100%

используют ИИ в своей работе

Опрос о состоянии рынка креатива и нон-медиа рекламы в России в 2026, а также о влиянии ИИ на него
OKKAM CREATIVE 2026

нейропродакшен в любом браузере
решить любую креативную задачу стоит
столько же сколько мы платим за
электричество — почти ничего

ответ номер два:
самое ценное сейчас это контекст, которые агентства скормили в свои жпт

умение и скорость решения задач — золото сегодня

беседы / штурмы / брифинги / питчи — чем больше и разнообразней, тем больше понимания специфики индустрий

ВАШ ИИ ДЕПАРТАМЕНТ МАРКЕТИНГА by ГРЭЙП

В мире избытка идей ценность не в том, чтобы что-то придумать

Кризис уже случился

Мы уже знаем всех лучших и дешевых на рынке креаторов, арт-директоров, копирайтеров и SMM-специалистов.

Агентство будущего

Это управление талантом под задачу клиента.

ИИ не решает цель генерации

Где ставка, где риск, где культурный нерв, где главный конфликт? Зачем клиент это все делает?

> Услуга агентства новой реальности: не «сделать креатив», а задать вектор и собрать систему вокруг него — уже в функциональности ИИ, новой продакшен-фабрики.

- Поиск большой идеи
- Построение коммуникации
- Брендинг
- Спецпроекты
- Драматургия поведения потребителей
- Поведенческий сдвиг
- Промо и маркетинг
- Объединение активностей в один нерв

Агентство — доверенный интерфейс к сложному ИИ миру

Какой запрос у клиента:

01
Снижение хаоса

02
Снижение риска

03
Уверенность в качестве отбора

04
Не нужно самому разбираться в ИИ-турбулентности

05
Уверенность, что его не загрузят лишним

Уже автоматизированы

- ✓ Ресерч
- ✓ Черновые инсайты
- ✓ Первичная декомпозиция брифа
- ✓ Структура презентаций
- ✓ Копирайт
- ✓ Сортировка материалов
- ✓ Проектная координация
- ✓ Подготовка базовых механик
- ✓ Сопровождение продакшена
- ✓ Базы знаний
- ✓ Разработка первичных креативов
- ✓ Управление кампаниями

Держать людей в этих функциях в прежнем объеме бессмысленно.

ГРЭЙП встраивает ИИ в процессы маркетинга как Service-as-Software

Помогаем клиенту адаптировать и интегрировать ИИ, контролируем, обеспечиваем эффективность и качество. Мы:

внедряем массу ассистентов	обслуживаем систему
обучаем команду	обновляем ее
собираем рабочие сценарии	обогащаем ее знаниями
настраиваем процессы	контролируем и помогаем с качеством
следим за эффективностью	сервисный оператор новой инфраструктуры

ГРЭЙП — ЭТО

агентство
интегратор
консультант
SaS-провайдер
сервисный партнер

Клиентские команды перегружены

- Много каналов
- Много форматов
- Много внутренних согласований
- Постоянное давление скорости
- Нехватка сильных людей
- Сложность с удержанием экспертизы внутри
- Страх FOMO, страх не поспевать за ИИ

СЛАБОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

~~«Мы сделаем вам коммуникационную кампанию»~~

ГРЭЙП

«Мы встроим вам рабочий интеллект в процессы и будем его обслуживать»

15 ассистентов под задачи департамента

01 Брифы	02 Инсайты и ресерч	03 Контент и редактура	04 Соцмедиа, мессенджеры и комьюнити	05 CRM-сценарии
06 PR-инфоповоды	07 Продуктовая коммуникация	08 Тональность	09 Локализация и адаптации	10 Social listening
11 Клиентский сервис	12 Креатив и механики	13 Отчетность	14 Аналитика	15 **Стратегия**

ГРЭЙП проектирует, инсталлирует, интегрирует, подготавливает и поддерживает маркетинговую интеллектуальную инфраструктуру клиента.

Креатор становится партнером

В НОВОЙ МОДЕЛИ КРЕАТОР

- более автономный
- часть труппы
- предприниматель
- работает сразу в нескольких ипостасях
- партнер, а не только сотрудник

ТРЕБОВАНИЯ К ПЕРСОНЕ

- понимает контекст
- обучаем
- глубоко использует ИИ
- умеет собирать решение в систему
- знает, как сделать идею применимой
- быстро переходит между формами

Труппа — автономная единица со своим характером, почерком и темпом

Облако независимых, гибких, взаимозаменяемых и по-разному собираемых креативных команд, управляемых агентством нового типа.

Знают, как качественно и быстро отработать конкретный запрос, постоянно повышая качество исполнения и подход.



4 продукта

01

Стратегия

Диагностика, постановка задачи, архитектура бренда, коммуникационная система, big idea, контент-логика, сценарии применения ИИ в маркетинге и коммуникациях.

02

Креатив

Сборка внешних креативных трупп под задачи: кампания, соцмедиа и мессенджеры, CRM, ивенты, PR, контент, продуктовые запуски, бренд работодателя.

03

ИИ мышца

Установка и настройка ассистентов: бренд-ассистент, контент, ресерч, мессенджер, CRM, PR, ассистент по базе знаний и другие.

04

Сервис

Постоянное обслуживание: обновление промптов, настройка сценариев, контроль качества, обучение команды, новые юзкейсы, поддержка, аналитика, отчетность.

Принцип выбора Service-as-Software

01	Боль повторяется каждую неделю или каждый день
02	Внедрение внутри компании дорого
03	Изменения внутри происходят медленно и хаотично
04	Качество результата зависит от экспертизы
05	Можно быстро показать разницу до и после

Три шага, 2–3 месяца на внедрение

ШАГ 1 · 2–3 МЕС

Ежедневный маркетинг

Ассистенты, которые каждый день помогают команде. Самая высокая частота использования.

→

ШАГ 2 · 2–3 МЕС

Экспертный интеллект

Экспертиза департамента и агентства интегрирована в процессы.

→

ШАГ 3 · 2–3 МЕС

Операционный интеллект

ИИ департамент — часть внутренней операционной инфраструктуры компании.

Ассистенты, которые ежедневно помогают маркетинговой команде

формулировать брифы	проверять попадание в тональность
собирать инсайты	находить инфоповоды
генерировать решения	собирать контент-план
делать первые драфты	раскладывать большие идеи на маленькие активации
адаптировать материалы под каналы	**самая большая частота использования**

КАК РЕЗУЛЬТАТ

меньше хаоса

меньше пустых обсуждений

быстрее драфты

лучше внутренняя скорость

меньше зависимости от конкретного сотрудника

Экспертиза департамента и агентства интегрирована в процессы

Сюда входят, как пример:

- Стратегический ассистент бренда
- Ассистент по big idea
- Ассистент по коммуникационной платформе
- Ассистент по запуску спецпроектов
- Дизайн-ассистент
- Ассистент по PR и инфоповодам
- Ассистент по соцмедиа и мессенджер-экосистемам
- Ассистент по событийным концепциям

ИИ департамент — часть внутренней операционной инфраструктуры

Ассистенты, встроенные в маркетинг и бизнес-процессы компании:

- Маркетинг-ассистент
- Онбординг новых сотрудников
- Подготовка презентаций и внутренних документов
- Типовые ответы для внутренних команд
- CRM-сценарии
- Работа с подрядчиками и труппами
- Контроль качества материалов

Часть операционной инфраструктуры

С кем мы уже строим ИИ департамент

01

Банк

02

Маркетплейс

03

Инвестиционные услуги

01 БАНК

ИИ-стратег для стратегии изменений на 2027 год

Глубокое исследование

Изучает и сводит данные из разных источников. Сопоставляет выводы и помогает проверять гипотезы.

Модуль стратегии изменений

Помогает формулировать направления изменений на 2027 год и гипотезы для проверки с аудиторией.

РЕЗУЛЬТАТ

Сборка тестовых стратегий.
Гипотезы требуют проверки с аудиторией.

02 МАРКЕТПЛЕЙС

ИИ-стратег для работы над стратегией продукта

Анализ большого числа отчётов

Читает исследования и отчёты. Сопоставляет данные между собой и с рыночными трендами.

Сводный аналитический отчёт

Объединяет выводы из разных источников в общую картину для продуктовой команды.

РЕЗУЛЬТАТ

Единая аналитическая база для более точной работы над стратегией продукта.

03 ИНВЕСТИЦИОННАЯ КОМПАНИЯ

ИИ-ассистент для коммуникации с инвесторами в соцмедиа

Анализ рынка и новостей

Читает отчёты и тематические каналы.
Учитывает рыночную ситуацию
и актуальную новостную повестку.

Сообщения для инвесторов

Формулирует короткие сообщения
с учётом интересов аудитории
для социальных медиа компании.

РЕЗУЛЬТАТ

Быстрая подготовка актуальных сообщений для всей сети соцмедиа компании.

Попросите доступ к вашему ИИ департаменту у Арины или Влада прямо сейчас

ВЛАД

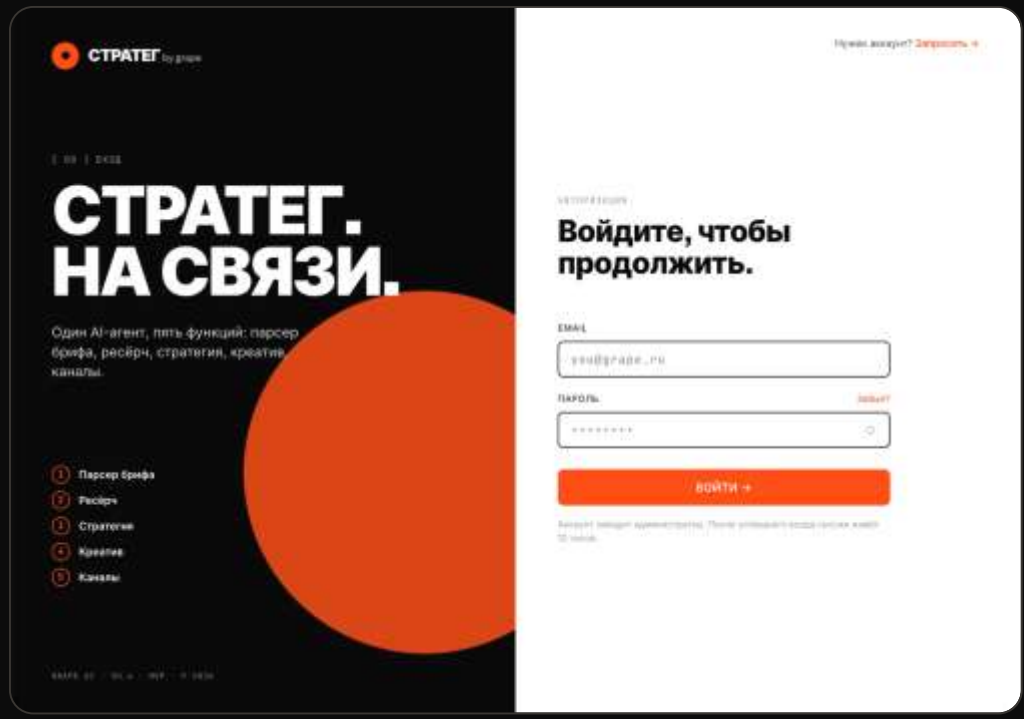
@vladsitnikov

+7 915 432-25-04

АРИНА

@arinasko18

+7 985 163-63-85



СТРАТЕГ BY GRAPE · V0.4 · MVP

ГРЭЙП