

Статистика пользователей уанета

Дубинский Иван, InMind

Киев, Украина, 1 апреля 2011

Украинский форум интернет-деятелей



Top Quality Research

Просто ли измерять Интернет?

Технометрия
Счетчики: bigmir и
т.п.

Социология
Медиаизмерения

Статистика
абонентов

cookies

Люди

деньги



Основные составляющие

**Установочные
исследования**



Медиапанель



Основные составляющие User-centric approach

Установочные исследования

МЕТОД

- Репрезентативный опрос населения Украины

РЕЗУЛЬТАТ

- Численность интернет-пользователей
- Структура интернет-пользователей

Медиапанель

МЕТОД

- Панельное исследование: мониторинг с помощью ПО на компьютерах панелистов посещения ими всех интернет-сайтов

РЕЗУЛЬТАТ

- Рейтинги сайтов
- Основные медиапоказатели (для медиапланирования)
- Соц.-демографический профиль сайтов

Количество регулярных пользователей в Украине 33% и продолжает расти

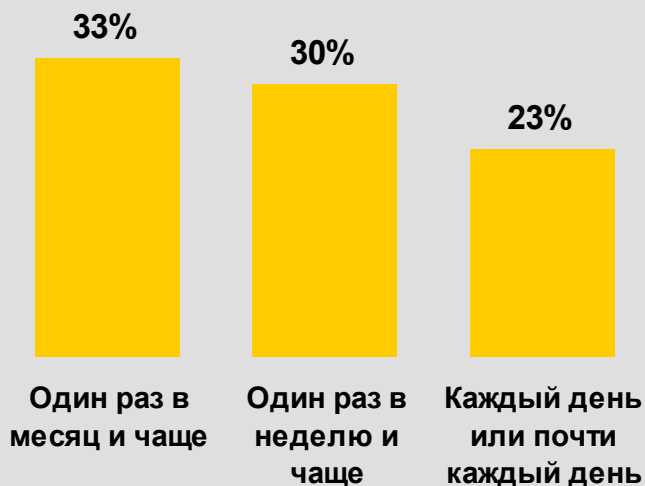
Доступ к Интернет:
 Регулярные + нерегулярные
 пользователи + имеющие доступ дома

 Регулярные пользователи: используют
 интернет 1 раз в месяц и чаще



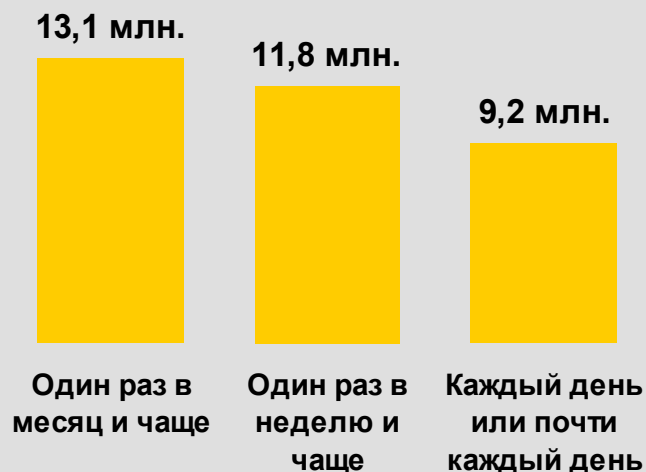
Свыше 9 млн украинцев используют интернет практически ежедневно

Частота пользования,
% от 15+



*Накопительный процент: Доля пользующихся раз в месяц включает в себя пользующихся ежедневно и еженедельно

Частота пользования,
млн

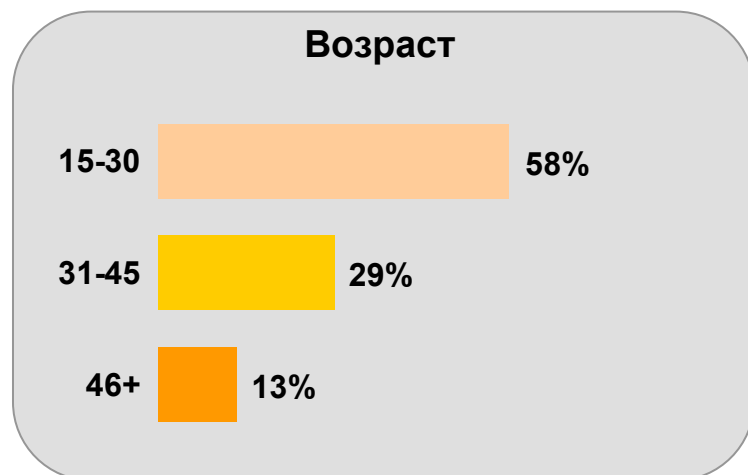
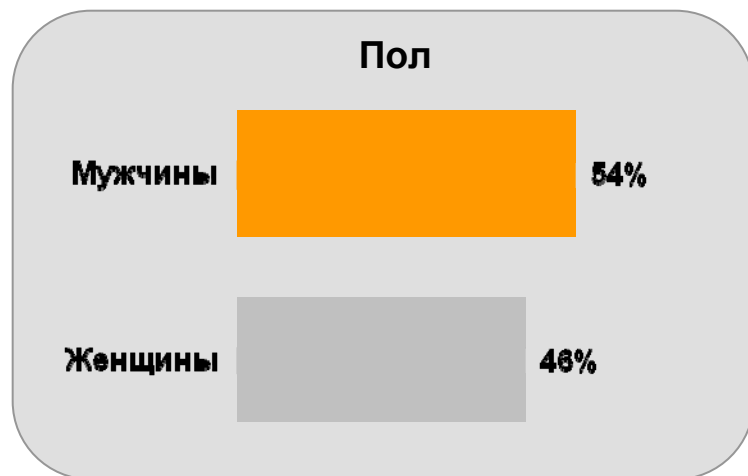


*Накопительное значение: Число пользующихся раз в месяц включает в себя число пользующихся ежедневно и еженедельно

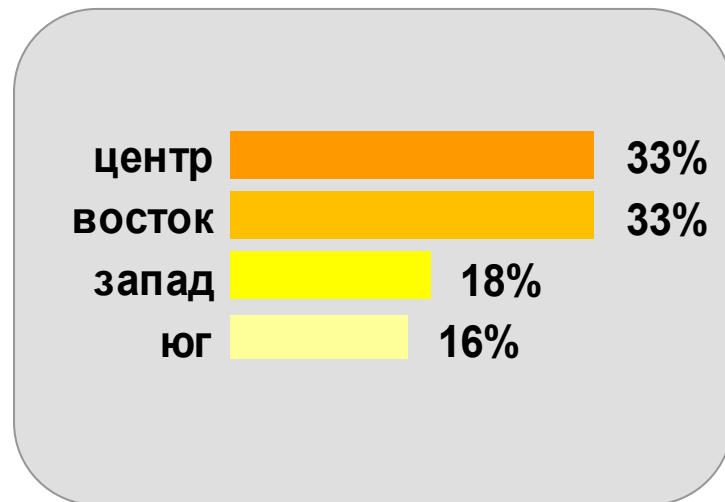
Основной тип доступа – домашнее подключение



Социально-демографическая структура интернет пользователей Украины



Региональное распределение регулярных интернет пользователей (пользуются 1 раз в месяц и чаще)



Оценка уровня благосостояния пользователя Интернет



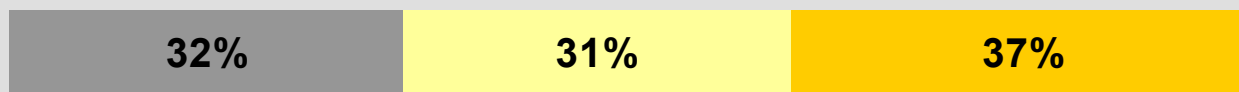
- Мы не имеем достаточно денег для приобретения продуктов
- У нас достаточно денег для приобретения продуктов
- У нас достаточно денег для приобретения продуктов и одежды
- У нас достаточно денег для товаров длительного пользования
- Мы можем позволить себе покупать действительно дорогие вещи

Занятость



- не работает
- учится
- работает

Образование



- среднее/незаконченное среднее
- специальное
- высшее/неполное высшее

Пример результатов

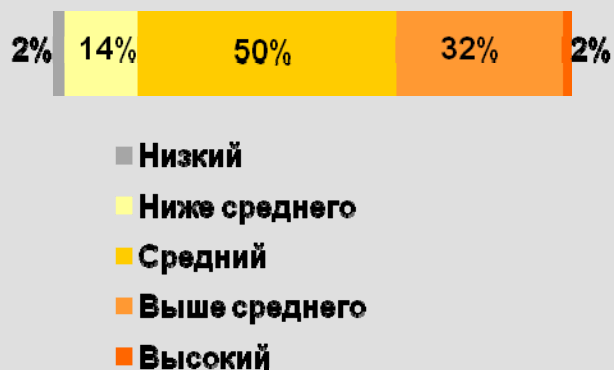
- Профили сайтов
- Анализ разных целевых аудиторий



Пол



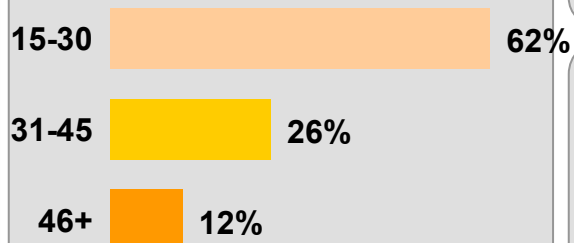
Доход



Образование



Возраст



Наличие детей



Род занятий



пример

Кейс использования результатов панельного исследования

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ:

Женщины 25-35 лет, с доходом средний и выше, имеющие собственных детей,

- **Анализируемые периоды:
1 октября 2010 – 31 января 2011**
- **Анализируемые ресурсы:
поддомены с возможностью
медийного размещения
имеющие общий месячный
охват не менее 4%**



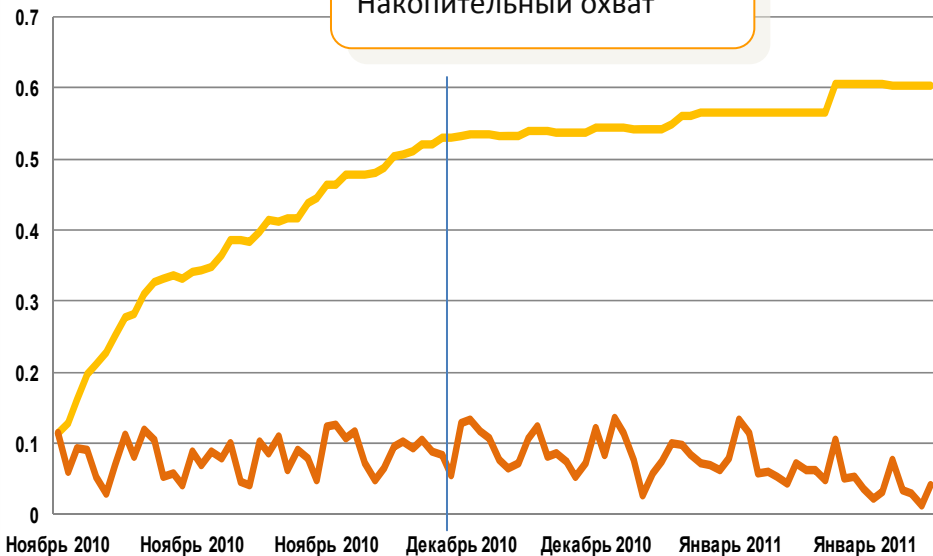
Топ 5 сайтов по аффинити посещения TOTAL 3 месяца

ПодДОМЕНЫ	ОХВАТ, % TotalMonth	Аффинити посещения	Аффинити просмотров
ua.ua.info	30.6	205.7	986.5
lovesearch.com.ua	1.5	205.0	164.3
gotovim-doma.ru	23.6	166.3	213.5
odnoklassniki	32.7	153.3	252.9
vecherniy.kharkov.ua	6.1	150.0	115.4

Месячные обобщенные показатели

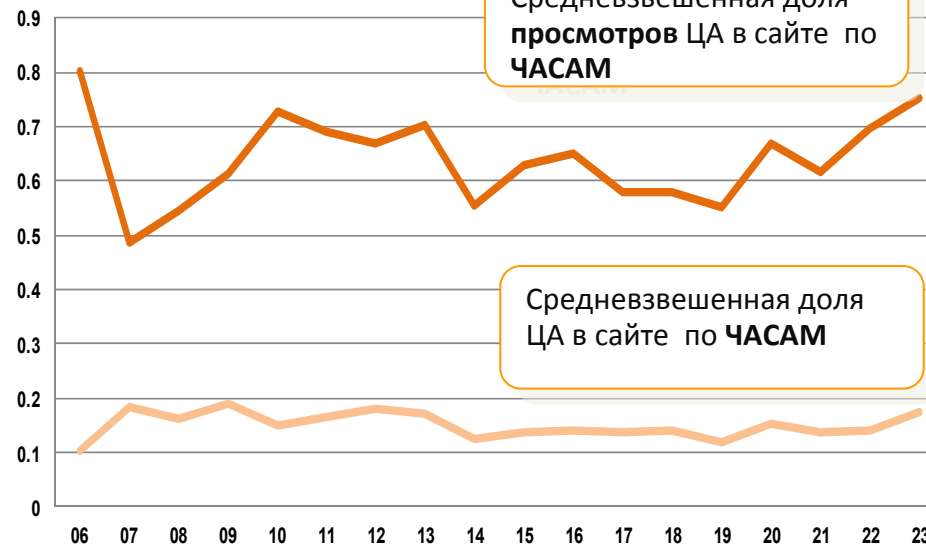
ПодДОМЕНЫ	ОХВАТ, % Month	Аффинити посещения	Аффинити просмотров
Total	29.3	150.4	311.7

COV%
Накопительный охват



•Эффективный период размещения 40-45 дней

Средневзвешенная доля просмотров ЦА в сайте по ЧАСАМ



Средневзвешенная доля ЦА в сайте по ЧАСАМ

утро

день

ночь

InMind

+38 044 569 7205

+38 044 569 7207

office@inmind.com.ua

www.inmind.com.ua

www.factum-group.com

