

Человек-кликающий v.2011

Павел Лебедев

Светлана Петухова

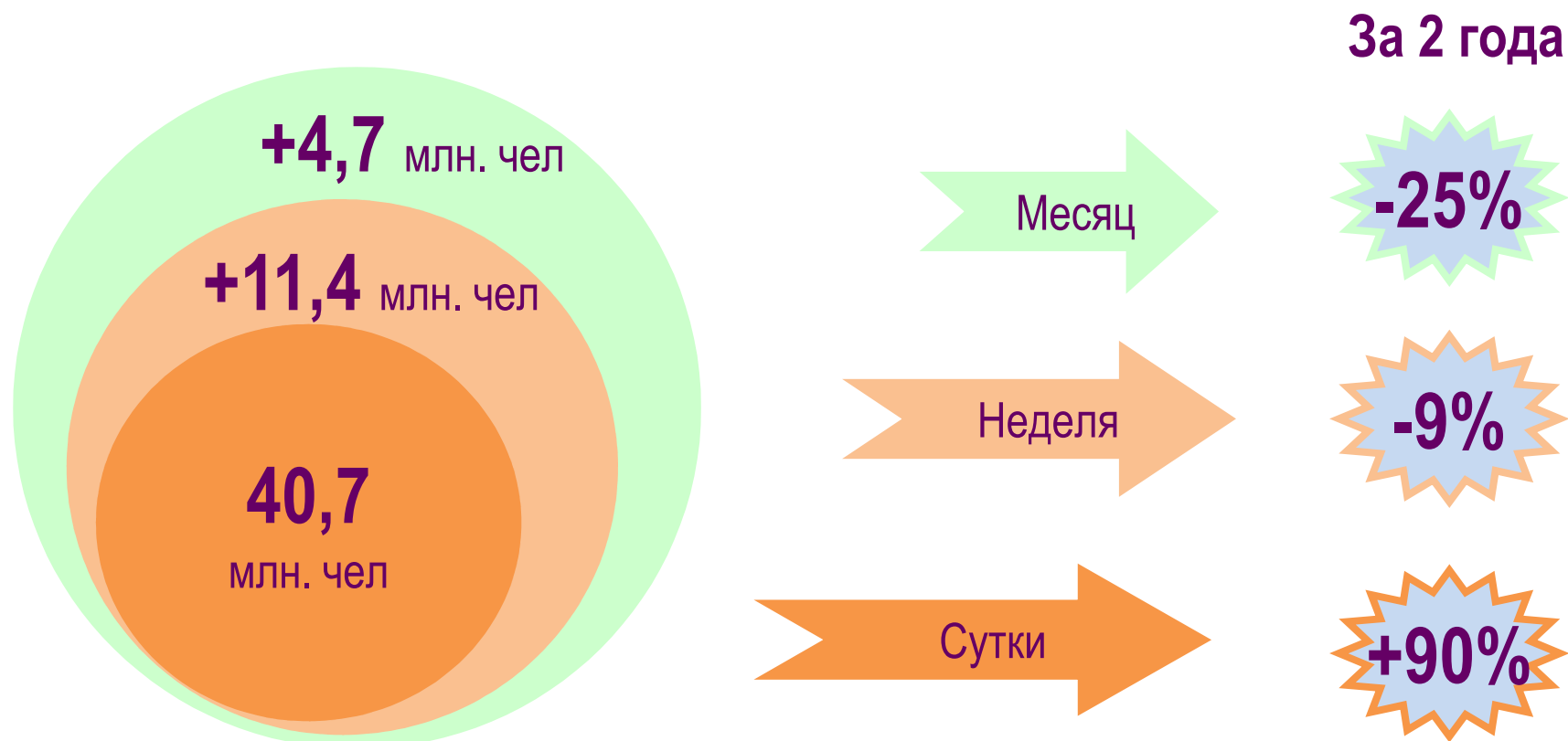
РИФ+ КИБ 2011

21 апреля 2011



ФОМ

Каждый месяц в сети **57 млн. человек**



В целом: + 41%

....и каждый в сети за чем-то своим.....



Популярные практики пользования интернетом

Ключевой вопрос: *«Что Вам приходилось делать в интернете за последний месяц?»*



....но если на них посмотреть через
призму многомерного анализа данных...



...можно увидеть 5 основных групп практик...

Финансовые

- ★ оплата товаров / услуг электронными деньгами
- ★ покупка, заказ товаров / услуг в интернет-магазинах
- ★ управление банковским счетом через интернет

Коммуникативные

- ★ пользование сервисами обмена мгновенными сообщениями
- ★ общение в чатах / форумах / блогах
- ★ общение в социальных сетях
- ★ чтение форумов или блогов
- ★ пользование интернет –телефонией
- ★ ведение интернет-дневника (блога)

Развлекательные

- ★ просмотр интернет-телевидения
- ★ прослушивание интернет-радио, подкасты
- ★ игра в онлайн-игры

Потребление контента

- ★ скачивание, просмотр видео
- ★ скачивание, прослушивание музыки
- ★ просмотр фотографий
- ★ скачивание программного обеспечения, приложений

Поиск информации

- ★ поиск информацию
- ★ чтение новости
- ★ переписка по электронной почте
- ★ поиск работы

Разные практики - разные типы пользователей сети.

в % от месячной интернет-аудитории



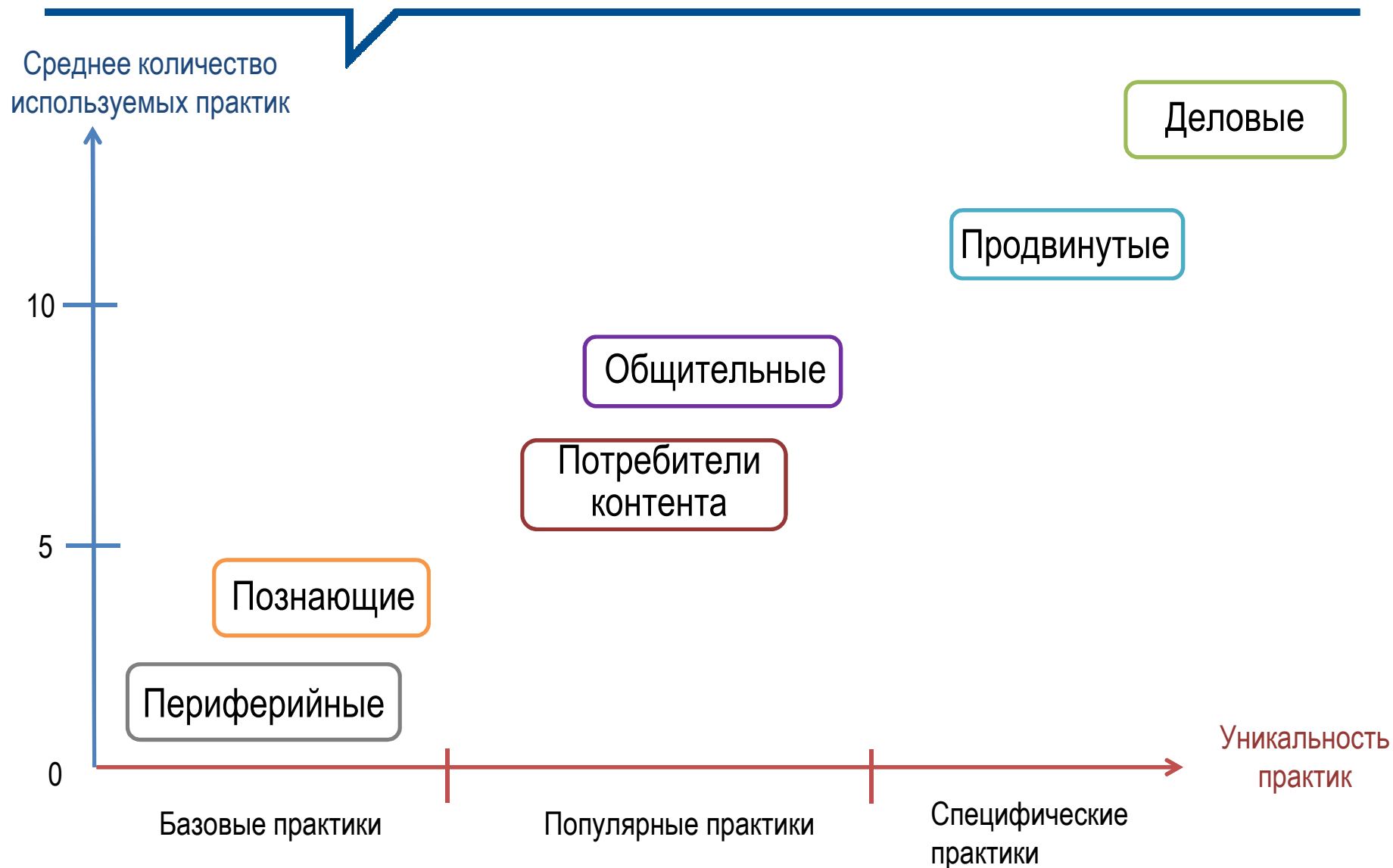
Источник данных: ФОМ. Декабрь 2010.

Иерархия сегментов

Численность, в млн. чел.



2 ключевые характеристики групп



Источник данных: ФОМ. Декабрь 2010.

Сегменты пользователей отличаются....





«Деловые»

	Деловые	Месячная аудитория
Покупают в интернет-магазинах	91%	12%
Оплачивают электронными деньгами	87%	6%
Управляют банковским счетом через интернет	57%	4%
Пользуются мобильным интернетом	54%	38%
Ездят за границу	38%	16%
Жители городов 1 млн+	49%	24%



«Продвинутые»

	Продвинутые	Месячная аудитория
Смотрят интернет-телевидение	76%	11%
Слушают интернет-радио, подкасты	68%	10%
Играют в онлайн-игры	61%	25%
Занимаются в фитнес-центре, спортивном клубе	24%	12%
Водят автомобиль	51%	41%



«Общительные»

	Общительные	Месячная аудитория
Общаются в социальных сетях	95%	50%
Общаются в чатах / форумах / блогах	66%	20%
Пользуются мессенджерами	65%	18%
Пользуются мобильным интернетом	52%	38%



«Потребители контента»

	Потребители контента	Месячная аудитория
Скачивают, прослушивают музыку	91%	45%
Скачивают, просматривают видео	83%	38%
Просматривают фотографии	72%	42%
Пользуются интернетом только дома	64%	57%



«Познающие»

	Познающие	Месячная аудитория
Ищут информацию	91%	75%
Читают новости	54%	51%
Ведут переписку по электронной почте	49%	39%
Не пользуются мобильным интернетом	70%	55%



«Периферийные»

	Периферийные	Месячная аудитория
Ищут информацию	13%	75%
Читают новости	11%	51%
Общаются в социальных сетях	43%	50%
Играют в онлайн-игры	23%	25%
Пользуются мобильным интернетом	47%	38%
Жители села	23%	17%

Демография сегментов



Источник данных: ФОМ. Декабрь 2010.

Итоги



1. Интернет пользователей много, и будет еще больше.
2. Больше людей – больше потребностей – больше сервисов – больше особенностей поведения.
3. Акцент не на количественные, а на качественные особенности пользования интернетом...
4. прежде всего на передовые группы.

Вопросы?

Павел Лебедев

руководитель проекта «Мир Интернета»

Фонд Общественное Мнение

тел. (+7 495) 745-87-65, доб.: 2224

e-mail: lebedev@fom.ru

Светлана Петухова

Старший специалист проекта «Мир Интернета»

Фонд Общественное Мнение

тел. (+7 495) 745-87-65, доб.: 2233

e-mail: petuhova@fom.ru