

Реклама в России.

События и перспективы

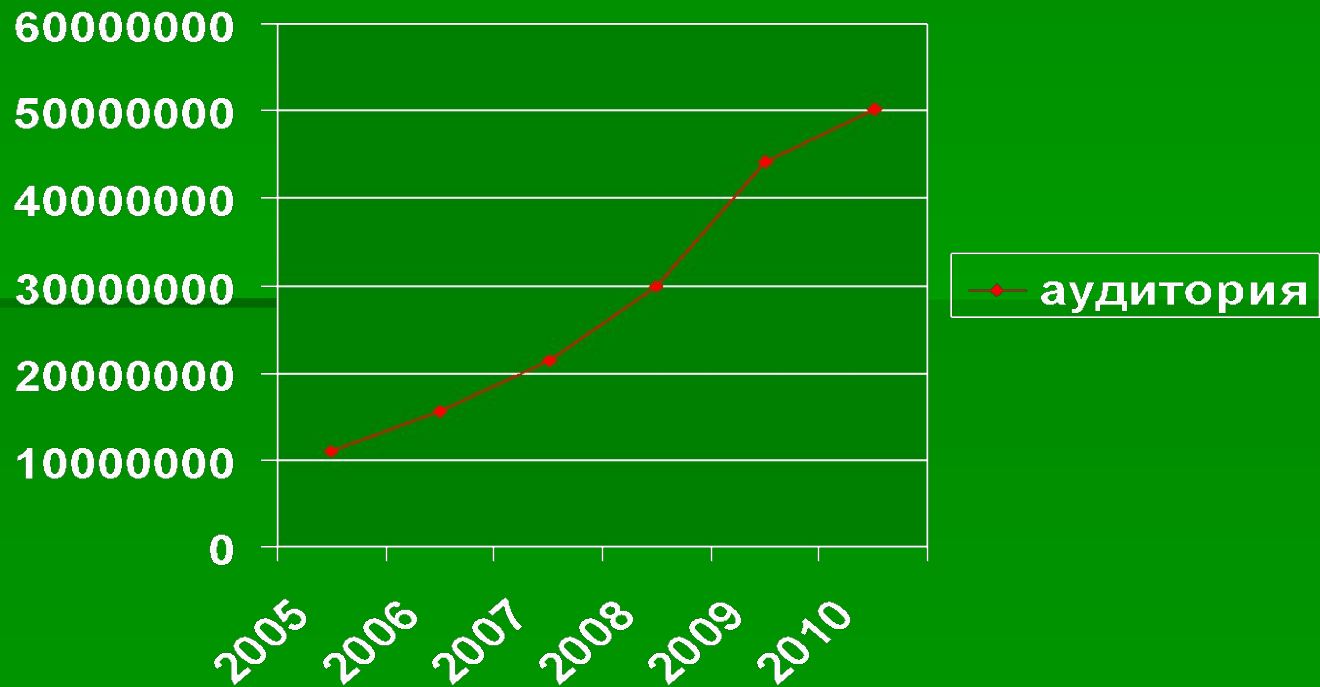
- Рост Internet аудитории по годам;
- Вопрос интереса и доверия к Internet-рекламе;
- Вложения в Internet-рекламу;
- Доля Internet-сделок(Internet-покупок).
- Подведем итог

*Рост **Internet** аудитории по годам*



Данные статистики говорят о том, что со времен появления Internet в России количество пользователей увеличилось до более чем **44 млн. человек**. Эта цифра была объявлена в 2010 году. Т.е **за 2009 год** прирост числа пользователей составил **48,2%** - это наибольший показатель за все время существования Internet. В абсолютных цифрах аудитория достигла 44,2 млн. человек, делаем вывод - **несмотря на кризис темпы прироста Internet аудитории возросли**. При этом доля регулярных пользователей Internet составляет 38%.

В 2010 году рост Internet аудитории составил **14%** и количество пользователей достигло **59%** от **общего населения страны**. На показатели в большей степени повлияли регионы. В столице прирост составил лишь 4%. Наибольшую численность пользователей привлекают **социальные сети**. Их аудитория за год увеличилась на **22%**, больше 27 млн. россиян пользуются сайтами социальных сетей хотя бы раз в месяц



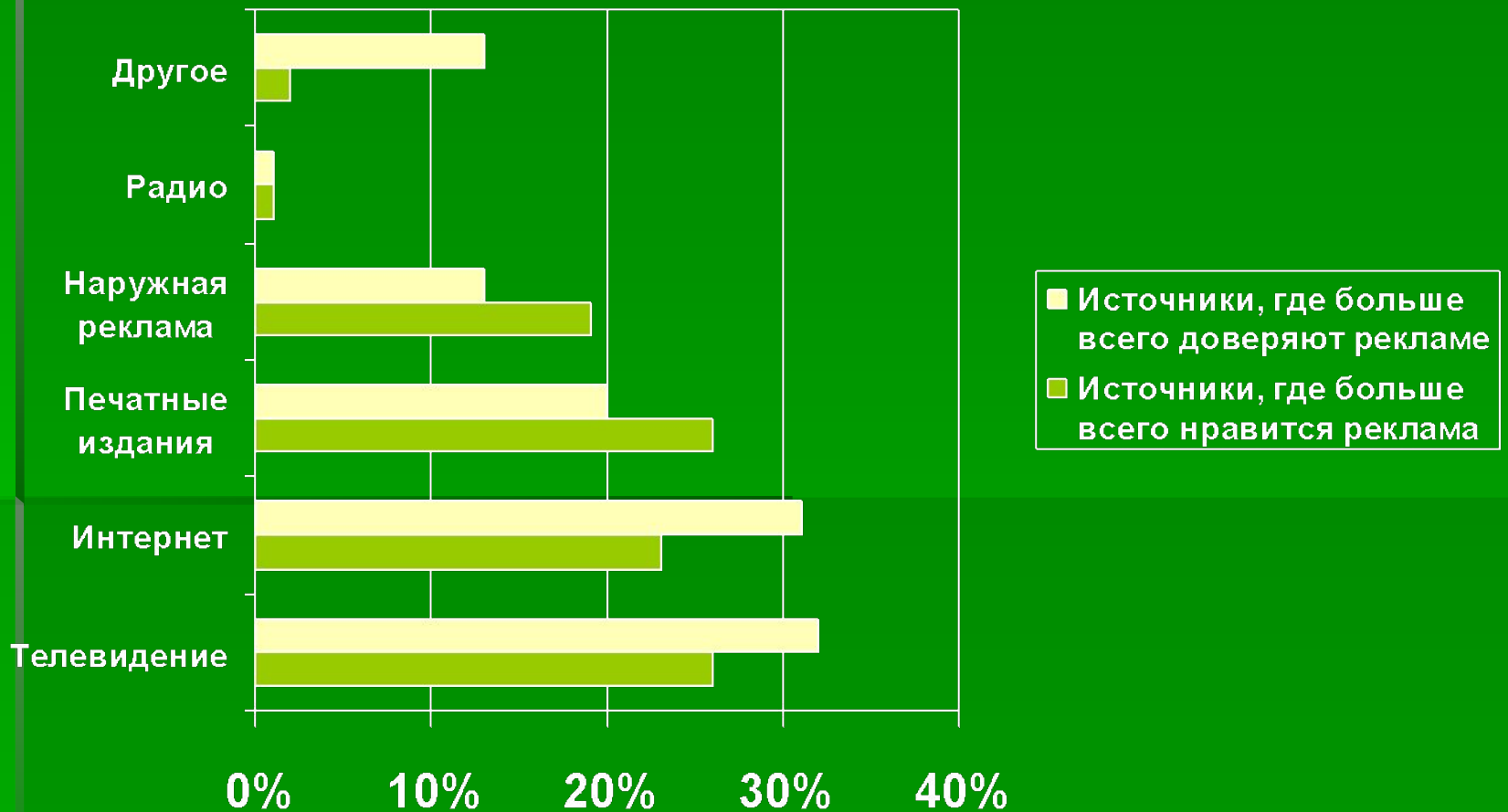
При сохранении текущих тенденций в развитии и распространении Internet к концу 2014 года число пользователей вырастет приблизительно на 30 млн. человек. При этом к наиболее активной части Internet-пользователей (суточной аудитории) можно будет отнести больше половины россиянин – 56%, или примерно 63 млн. человек.

Доверие и интерес к Internet-рекламе

Исследования 2010 года показали, что доверие и интерес к рекламе проявляются по-разному. И Internet в этом плане относится к тем площадкам, которым больше доверяют, чем любят.

Несколько фактов:

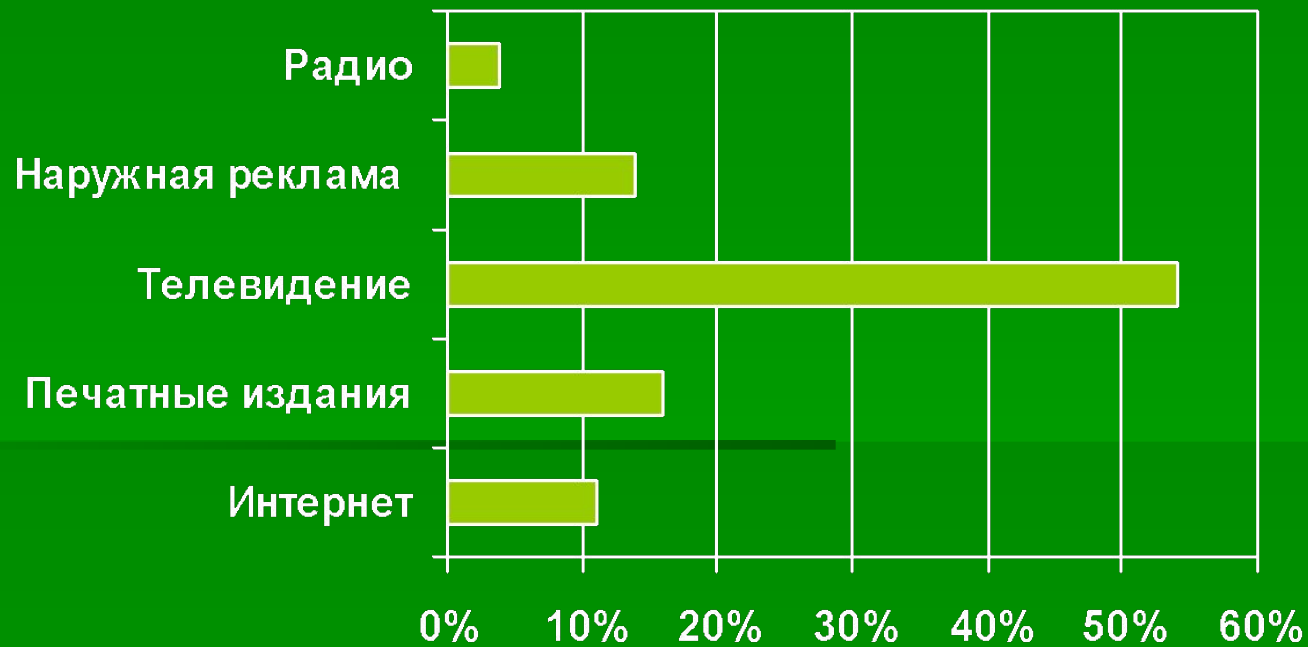
- Наибольшее доверие у россиян вызывает реклама на телевидении и в Internet: 32% и 31% соответственно, у печати - 20%.
- Наибольшую симпатию у пользователей вызывает реклама в печатных изданиях и на ТВ (по 26% симпатий у каждого медиа). У Internet-рекламы 23% приверженцев



Вложения в Internet-рекламу

Если рассматривать предпочтения рекламодателей, то можно увидеть абсолютное преобладание тв-ресурсов. При этом на телевидение затрачивается больше средств со стороны рекламодателя, чем на другие источники информации. Интернет остался недооцененным и занял четвертое место.

Однако, в первом полугодии 2010-ого года рынок рекламы в Internet вырос на 33% и составил более 11 млрд. рублей. Таким образом, не за горами то время, когда сеть будет наиболее предпочтительна рекламодателями.

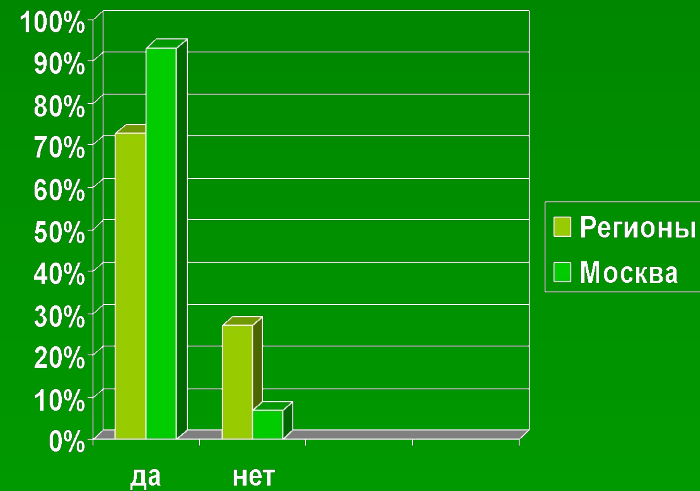


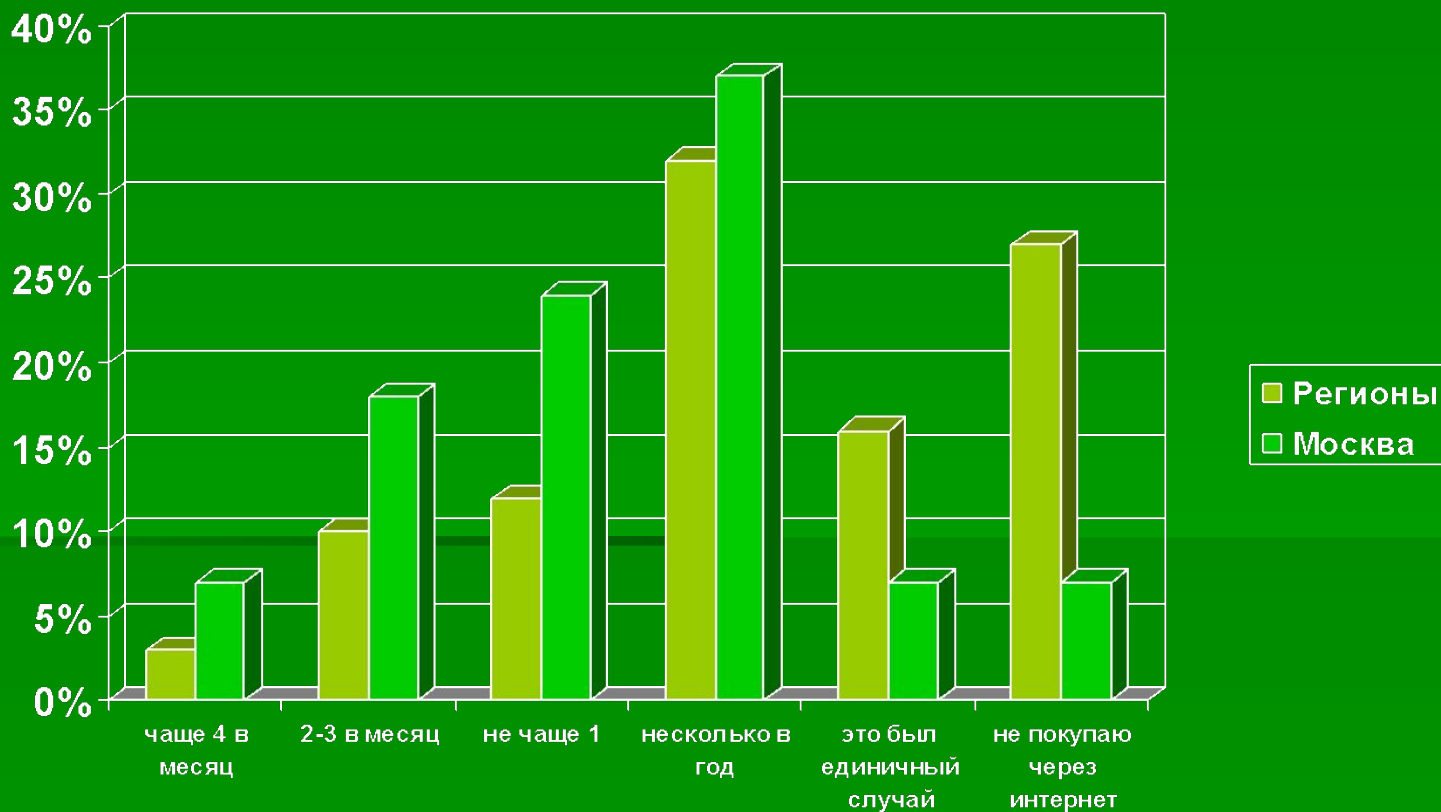
■ Источники, где больше всего покупают рекламу

Доля **Internet-сделок (Internet-покупок)**

Как показывают опросы жителей России, для москвичей покупка товаров через Internet-магазины более привычное явление, чем для жителей регионов.

- Более 80% опрошенных совершали покупки через Интернет хотя бы один раз;
- 71% москвичей хотят видеть товар перед покупкой;
- 55% россиян боятся обмана в Internet-магазине;
- 7% москвичей делают покупки в Internet-магазинах чаще 4 раз в месяц;
- Москвичи больше боятся обмана в Internet магазине, чем региональные жители;
- Чем больше доход пользователя, тем больше его страх быть обманутым в Internet-магазине;
- Более 80% опрошенных респондентов совершали покупки через Интернет хотя бы один раз. 50% Internet-пользователей в Москве и 25% в регионах делают покупки чаще 1 раза в год.





Подведем итог

Современная ситуация на рынке рекламы такова, что рекламодатели пока недооценивают всех преимуществ Internet-сферы. Потому доля ее освоенности в отношении рекламы среди других источников информации пока не очень велика. Однако это дает преимущество тем, кто уже освоил этот рубеж – конкуренция здесь меньше, чем на телевидении, например.

Несомненным плюсом Internet-рекламы является так же цена. Вы получаете больше контактов с потенциальным покупателем за тот же бюджет, что потратите на телевидение или наружную рекламу.