

Портрет регионального пользователя и рекламодателя

Лабораторная работа :)

Выполнила:

Курская Ирина,

Специалист отдела интернет-рекламы



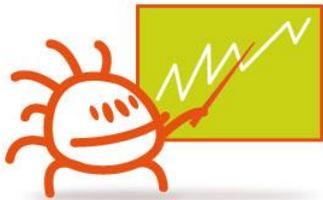
Цель работы: определить, кто такой региональный рекламодатель и пользователь?

Оборудование и материалы: использованы данные реально проведенных рекламных кампаний Spider Group за 2011 год, данные Фонда Общественное мнение и ComScore

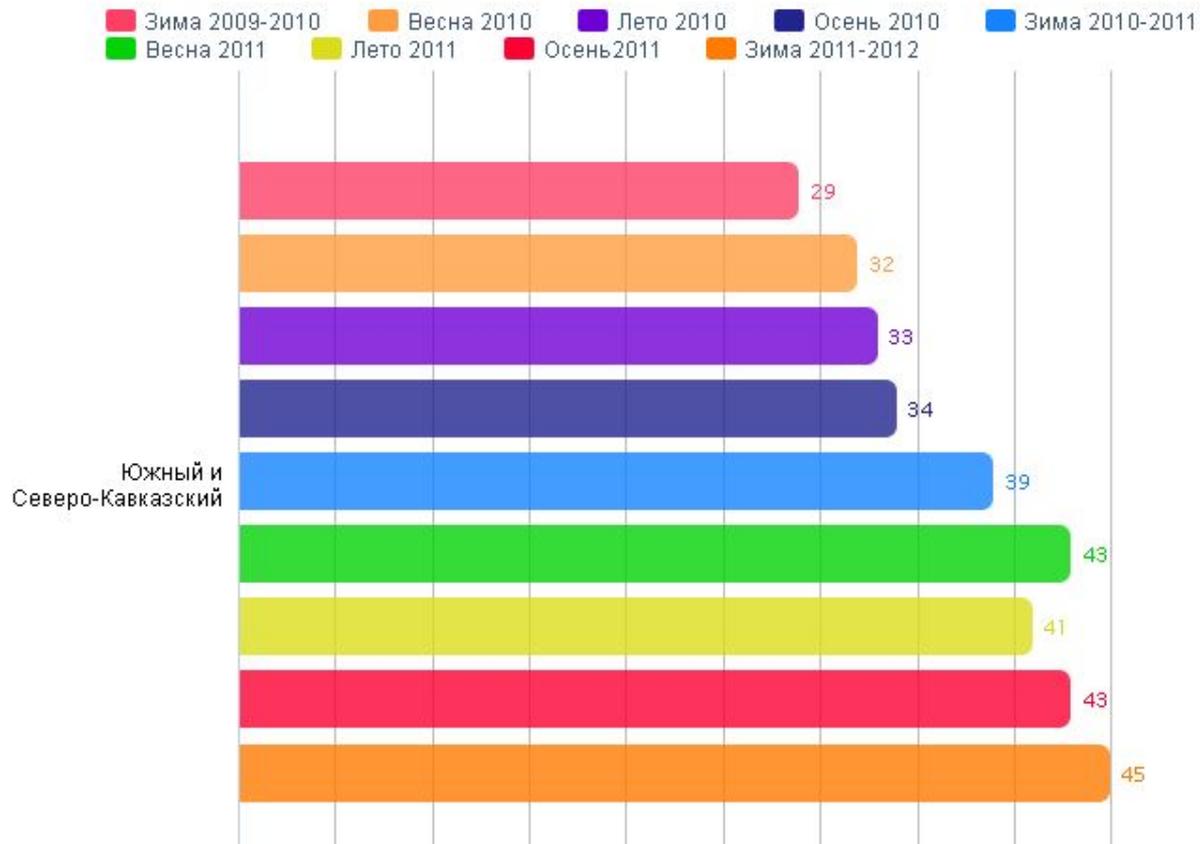


Региональные пользователи сети

Динамика проникновения интернета и предпочтения



Динамика проникновения интернета в ЮФО и СКФО Пользовались интернетом хотя бы раз

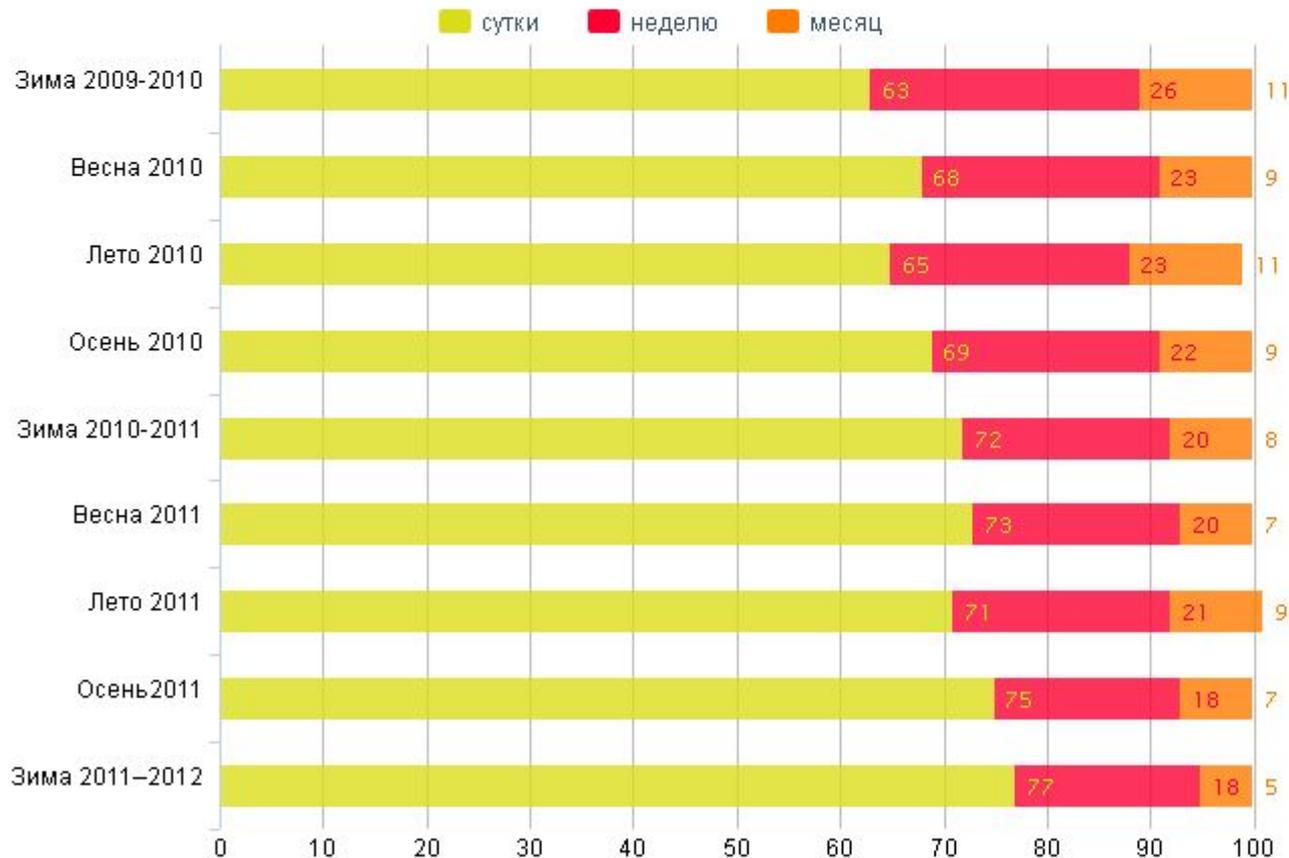


В процентах от общего числа опрошенных.

В основу бюллетеня «Зима 2011–2012» легли объединенные данные регулярных опросов Фонда Общественное Мнение, проводившихся в течение сезона (зима 2011–2012). Всего опрошено 36 тысяч респондентов старше 18 лет.

Динамика структуры интернет-аудитории

Пользовались интернетом хотя бы раз за последние...

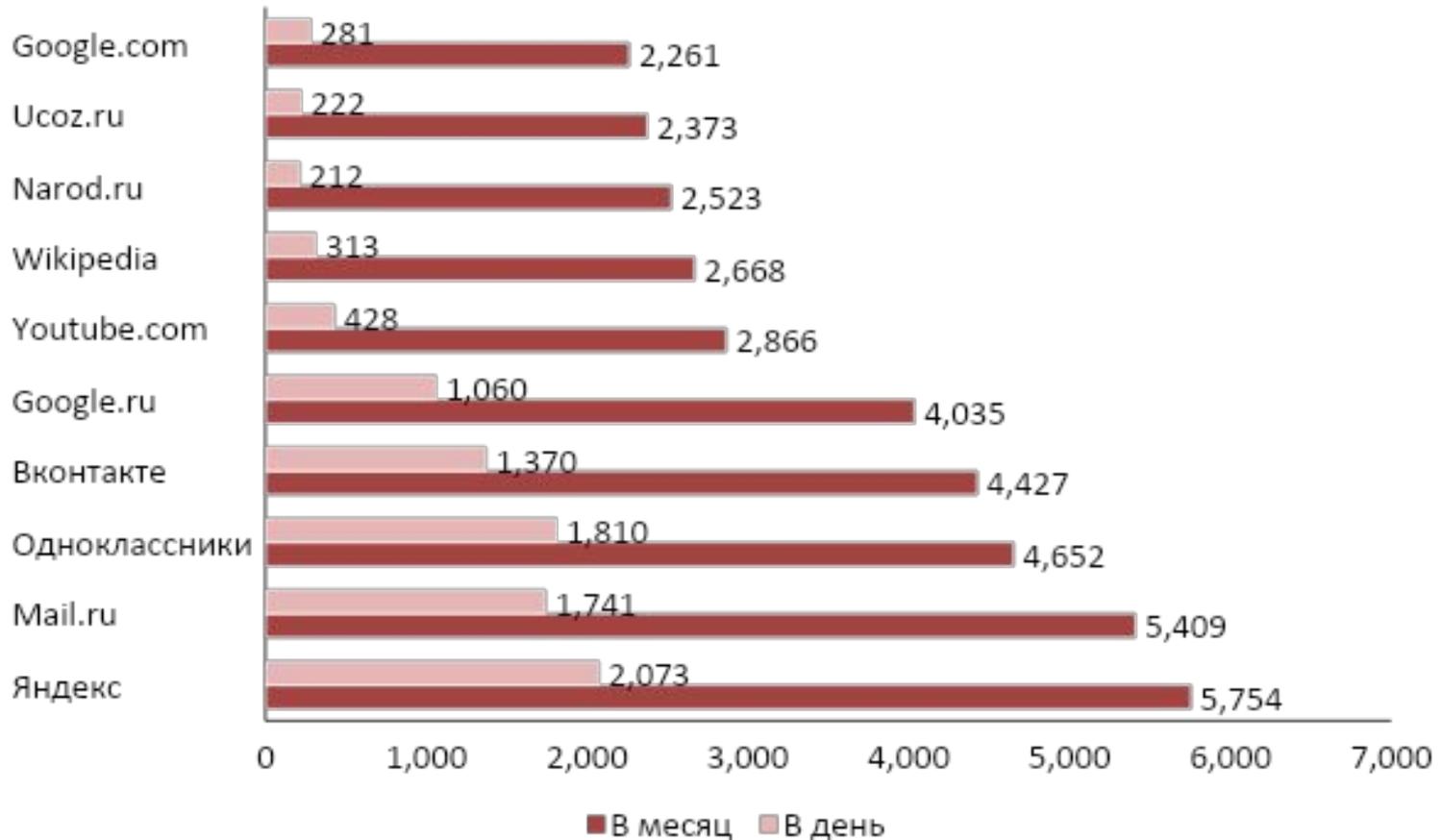


В процентах от общего числа опрошенных.

В основу бюллетеня «Зима 2011–2012» легли объединенные данные регулярных опросов Фонда Общественное Мнение, проводившихся в течение сезона (зима 2011–2012). Всего опрошено 36 тысяч респондентов старше 18 лет.

Рейтинг наиболее популярных ресурсов

Среднее количество посетителей в месяц и в день из Южного федерального округа

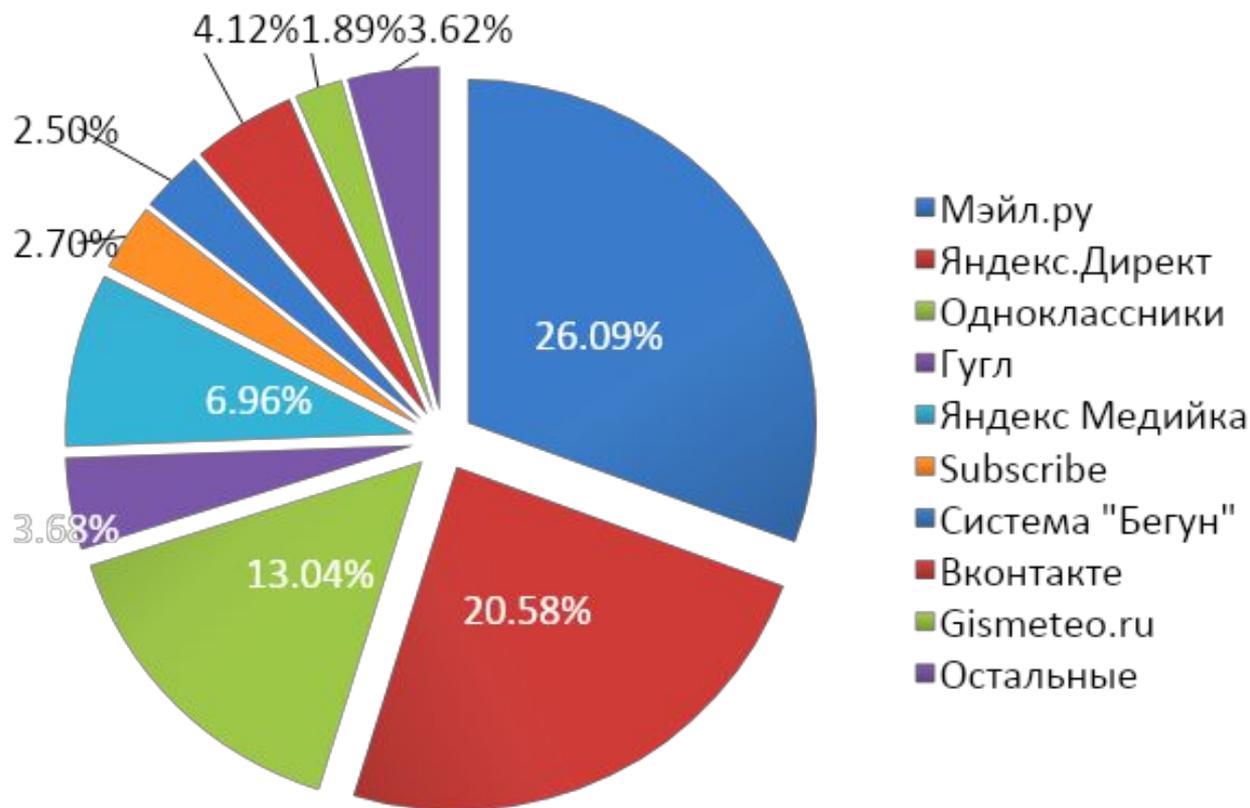


Рекламодатели

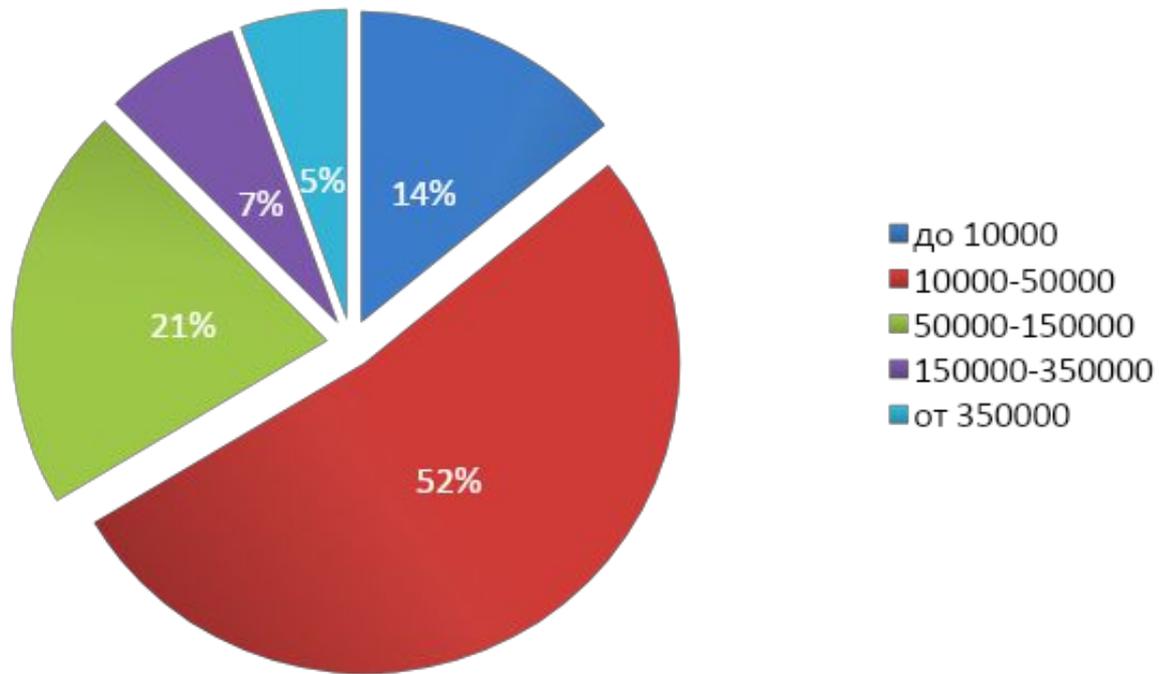
На что тратят, сколько тратят



Рейтинг рекламных площадок по объему затрат на размещение



Бюджеты на рекламу в интернете в год



Есть вопросы?

