

О докладчике

АНДРЕЙ СКАНАВИ,
руководитель отдела интернет-исследований МАСМИ (Россия) –
Международное Агентство Социальных и Маркетинговых Исследований

<http://www.masmi.com>

тел. +7 (495) 981 48 56

e-mail: a.skanavi@masmi.com

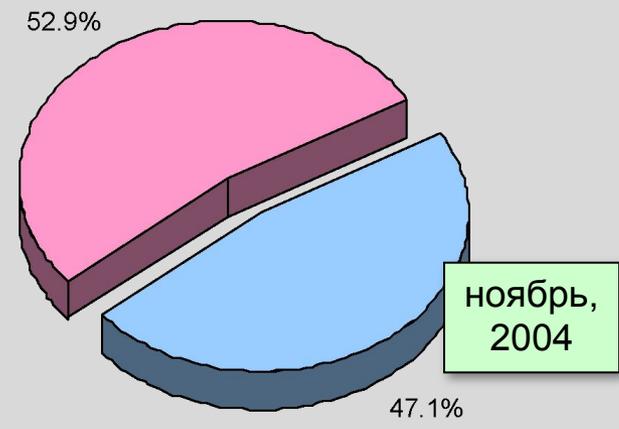
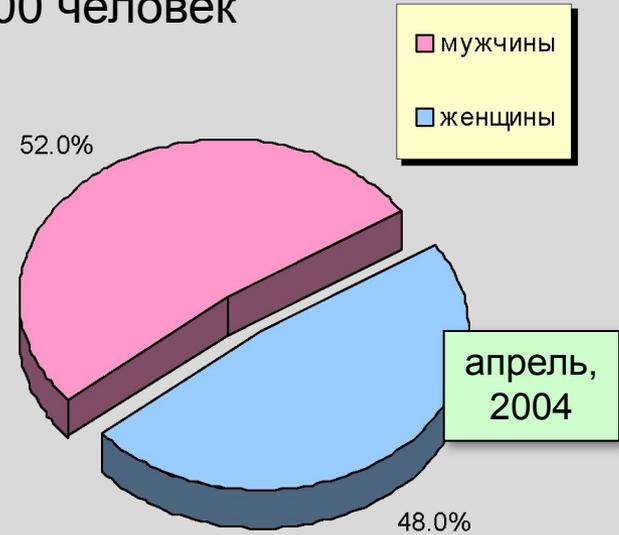
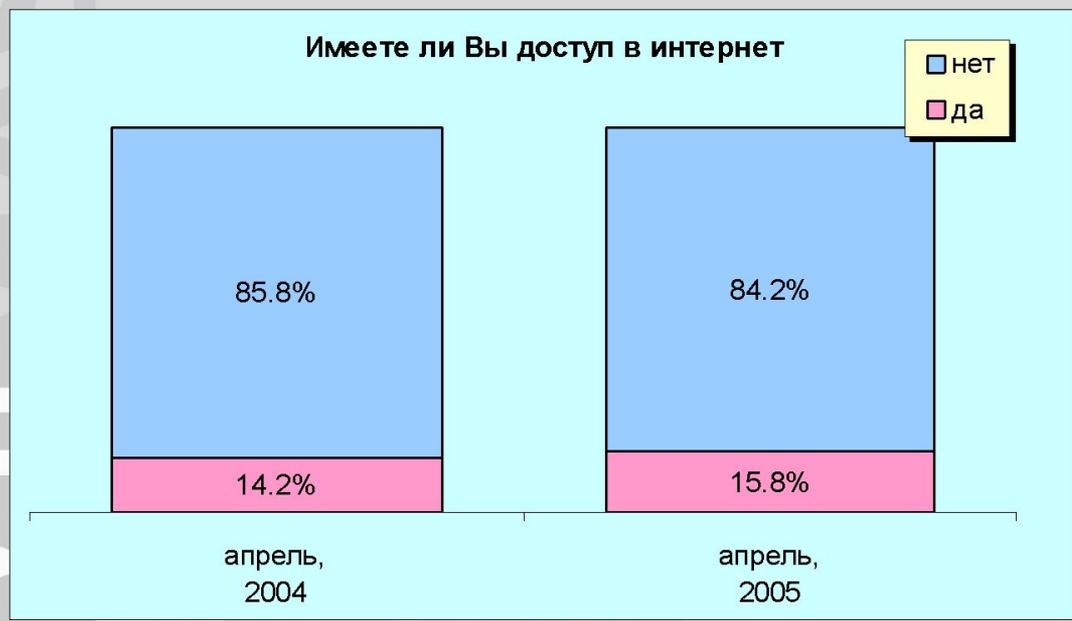
Тема доклада: "Онлайн Монитор" - инструмент для измерения аудитории Рунета и создания ОнЛайн-панели респондентов

План доклада

- ❖ Проект «Онлайн Монитор» - традиционно проводимое исследование аудитории Рунета. В ноябре-декабре 2005 г. прошла его 9-ая волна
- ❖ Два этапа сбора данных – офф-лайн «Омнибус» и собственно «Онлайн Монитор» - инструменты для создания социологического и поведенческого портрета посетителя Сети
- ❖ МАСМИ (Россия) исследует отдельные интернет-ресурсы. Ответы значительного количества респондентов, пришедших с сайтов-участников позволяют создать достаточно точный «слепок» аудитории
- ❖ «Онлайн Монитор» - механизм для создания ОнЛайн-панели респондентов. Параметры Панели. Ее использование в маркетинговых проектах МАСМИ (Россия)

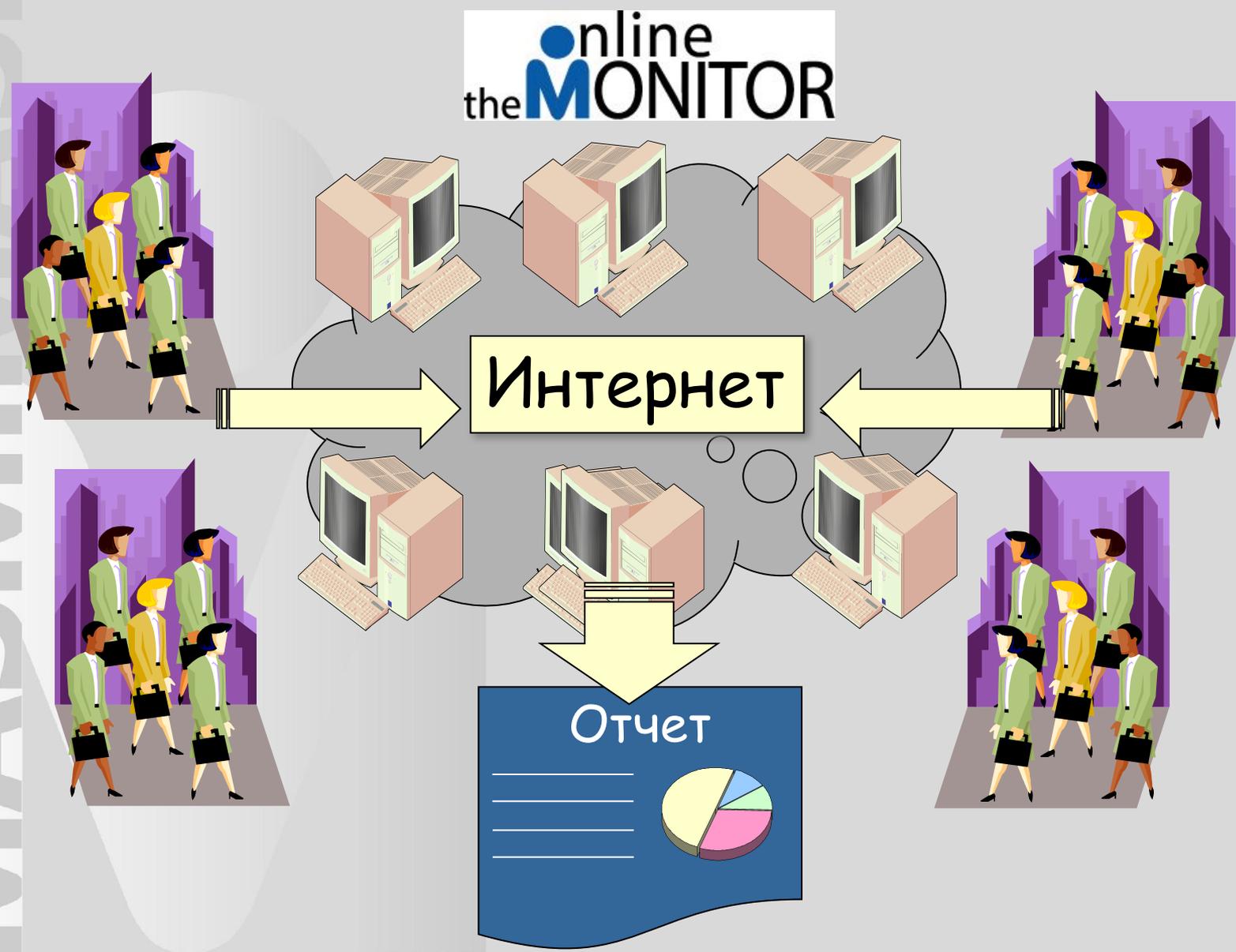
Инструменты и методы измерений

Офлайн проект «Омнибус», 3500 человек



Городское население России в возрасте от 16 до 64 лет составляет 74 млн чел.
Отсюда следует, что из них доступ к интернету имеют около 12 млн чел.

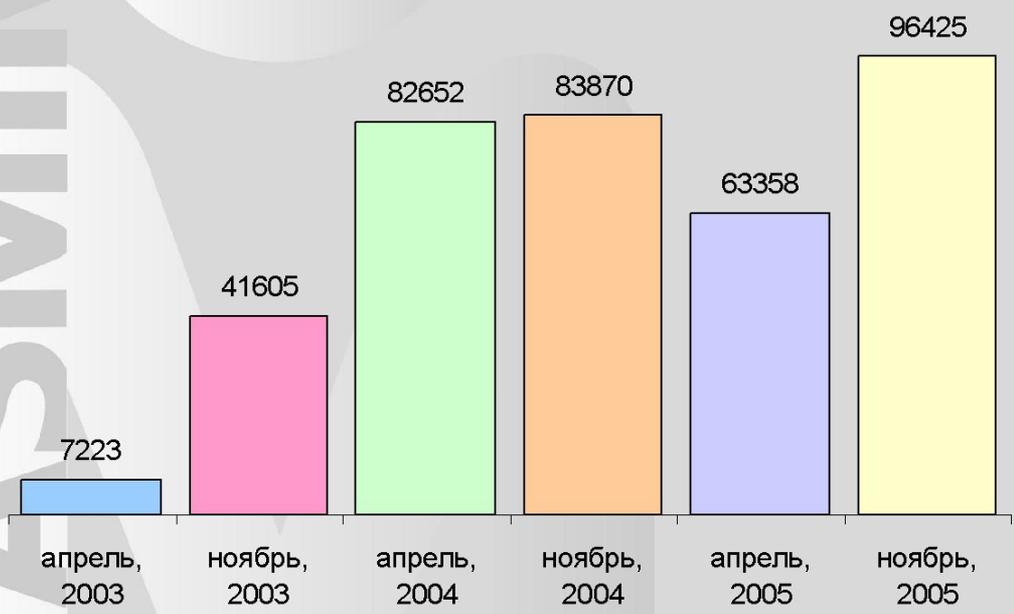
Инструменты и методы измерений



Инструменты и методы измерений



Количество заполненных анкет



Инструменты и методы измерений

Апрель, 2003



Обсуждение результатов

Ноябрь, 2003



Апрель, 2004

Инструменты и методы измерений

Составляющие успеха. Что делать:

- ❖ Выбрать правильный тон приглашения к участию
- ❖ Разработать привлекательный дизайн анкеты
- ❖ Поддерживать стиль проекта (графика, слоганы и т.д.)
- ❖ Предлагать участие в лотереях, тотализаторах
- ❖ Обещать создание компьютерных портретов, гороскопов
- ❖ Сделать заполнение анкеты интересным, увлекательным
- ❖ Подчеркивать важность участия респондентов в проекте
- ❖ Выражать благодарность заполнившим анкету
- ❖ Приглашать респондентов к дальнейшему сотрудничеству

Инструменты и методы измерений

the online MONITOR и Андрей Бильжо



Инструменты и методы измерений

the **online** **MONITOR** и Алексей Габышев

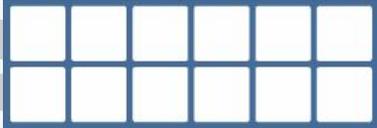
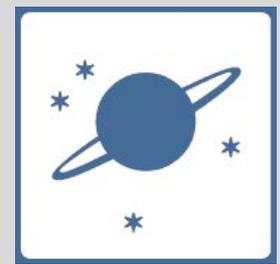
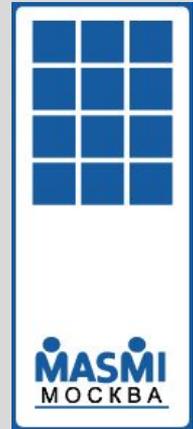
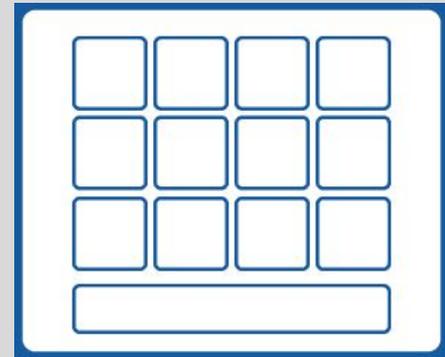
the **online**
Monitor

Здравствуйте!

Приглашаем Вас принять участие в исследовании ОнЛайн Монитор, проводимом компанией МАСМИ. Мы уверены, что заполнение анкеты не займет много времени и доставит Вам удовольствие. Заполнив анкету, вы становитесь участником розыгрыша призов. Итак, приступим...

ПОЛУЧИ СВОЙ ГОРОСКОП!



МЫ СОСТАВЛЯЕМ ГОРОСКОП
ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ ИНТЕРНЕТ

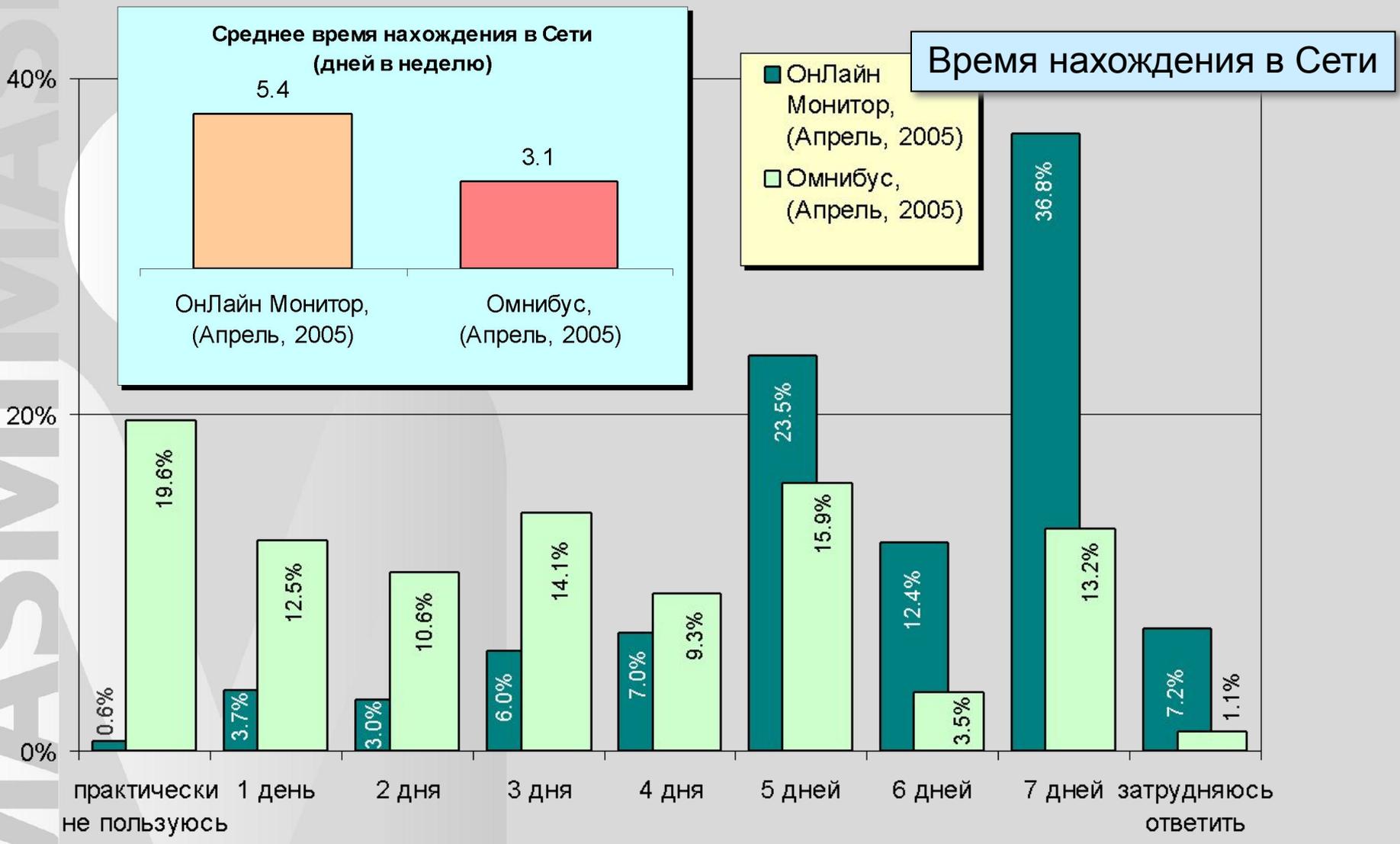
Инструменты и методы измерений

Наши партнеры

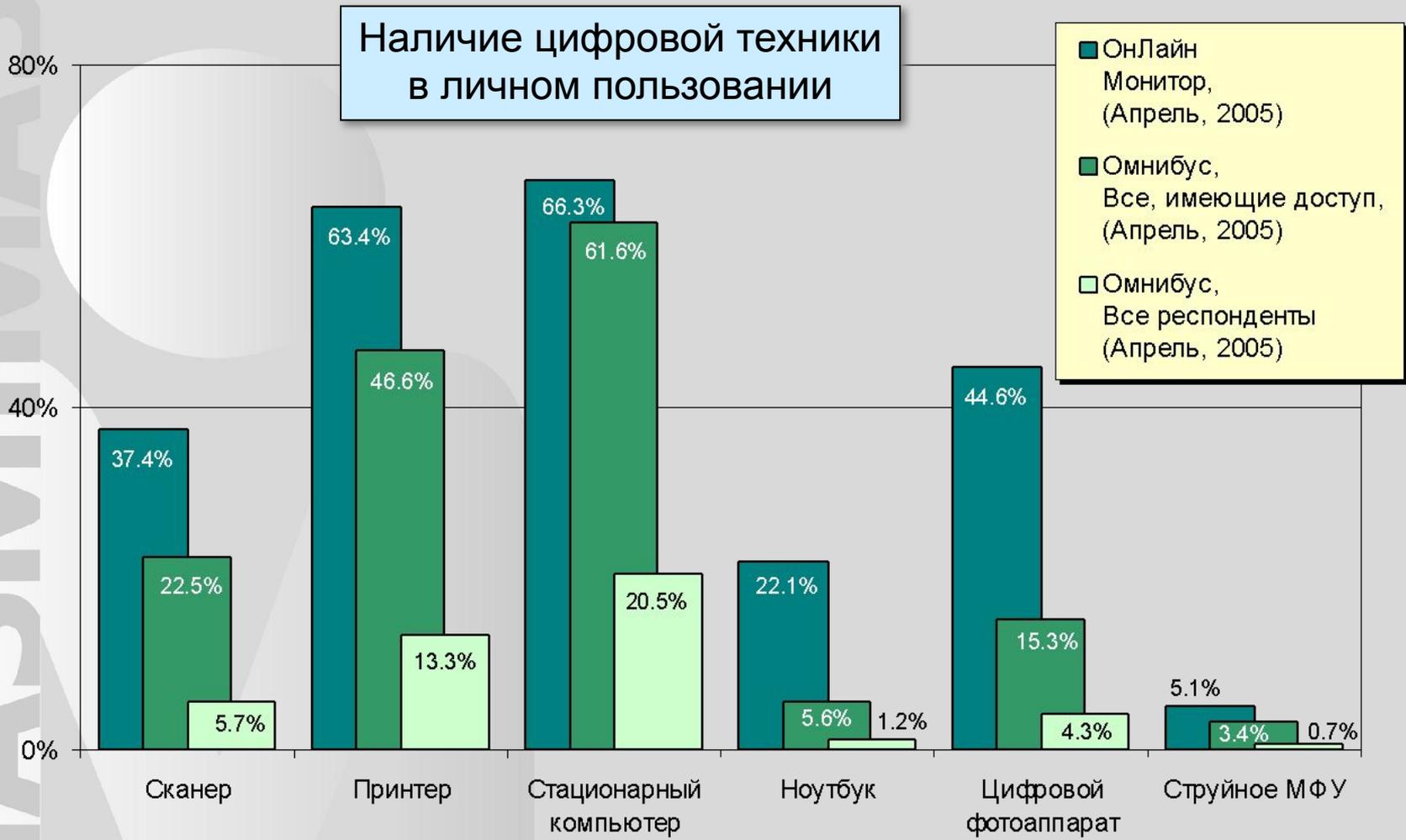
ABC.RU
 AIF.RU
 AUTO.UTRO.RU
 BANKIR.RU
 CNEWS.RU
 DELIT.NET
 DOWNLOAD.RU
 ELLEGIRL.RU
 EPSON.RU
 FILESEARCH.RU
 GISMETEO.RU
 HELPIX.RU
 HI-FI.RU
 IGNIO.COM
 INOPRESSA.RU
 IZVESTIA.RU
 KM.RU
 KP.RU

KULICHKI.COM
 MAIL.RU
 MAXIMONLINE.RU
 NAITIPROSTO.RU
 NEWSRU.COM
 OPENWWW.RU
 PHOTOFIL.RU
 QOUTE.RU
 RBC.RU
 REGNUM.RU
 RG.RU
 RIAN.RU
 RLE.RU
 SOFTODROM.RU
 TOURS.RU
 TRAVEL.RU
 VEDOMOSTI.RU

Сравнение аудиторий Рунета и России в целом



Сравнение аудиторий Рунета и России в целом

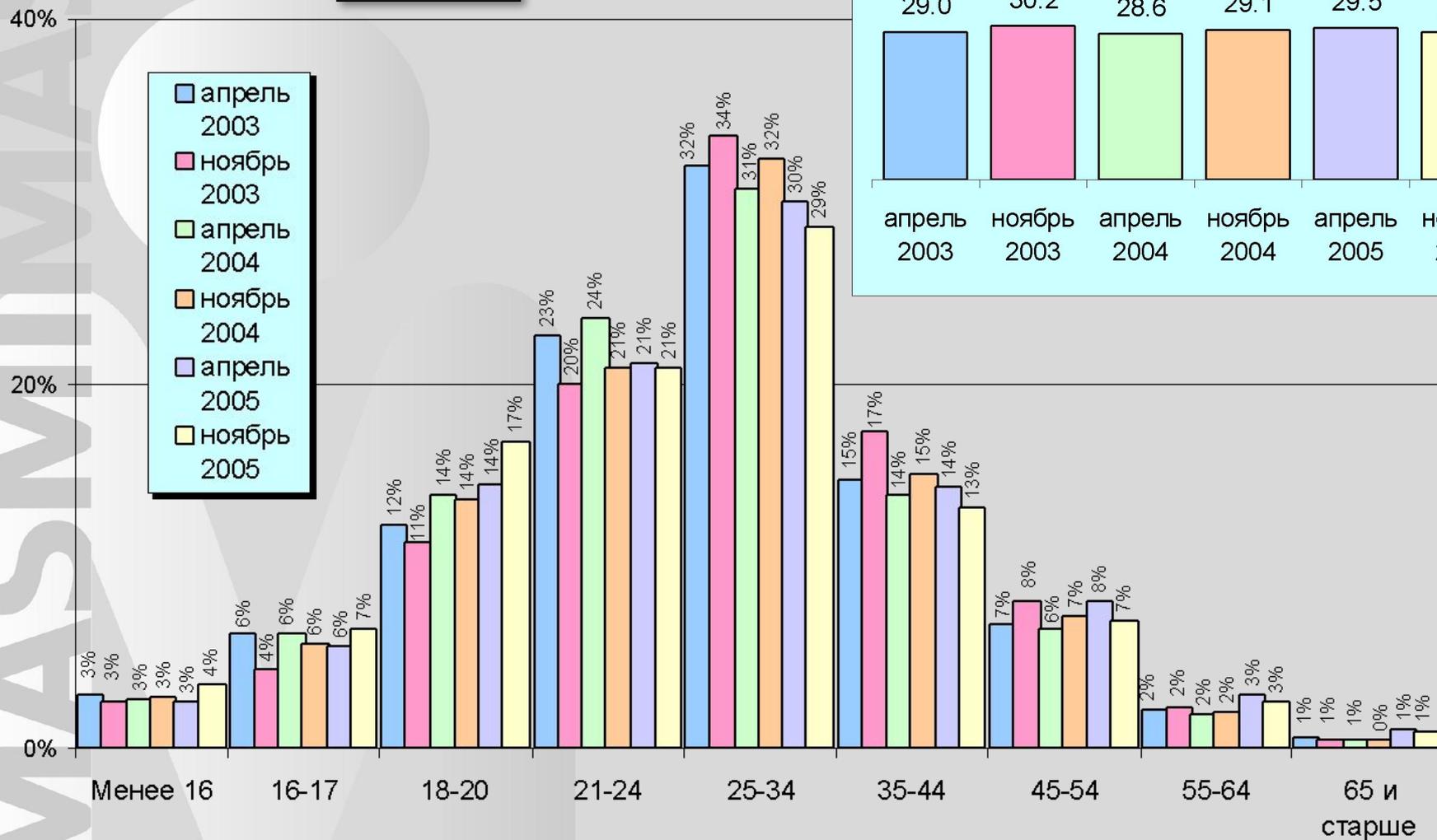


Сравнение аудиторий Рунета и России в целом

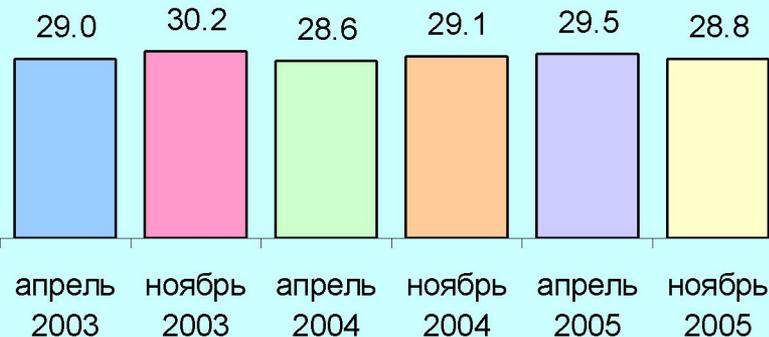
Пример «взвешивания»						* 5/6	* 5/4
		Мужчины	Женщины			Мужчины	Женщины
	1000	600	400		1000	500	500
Курите?					Курите?		
Да	580	420	160		Да	550	200
	58%	70%	40%		55%	70%	40%
Нет	420	180	240		Нет	450	300
	42%	30%	60%		45%	30%	60%

Социально-демографический профиль интернетчика

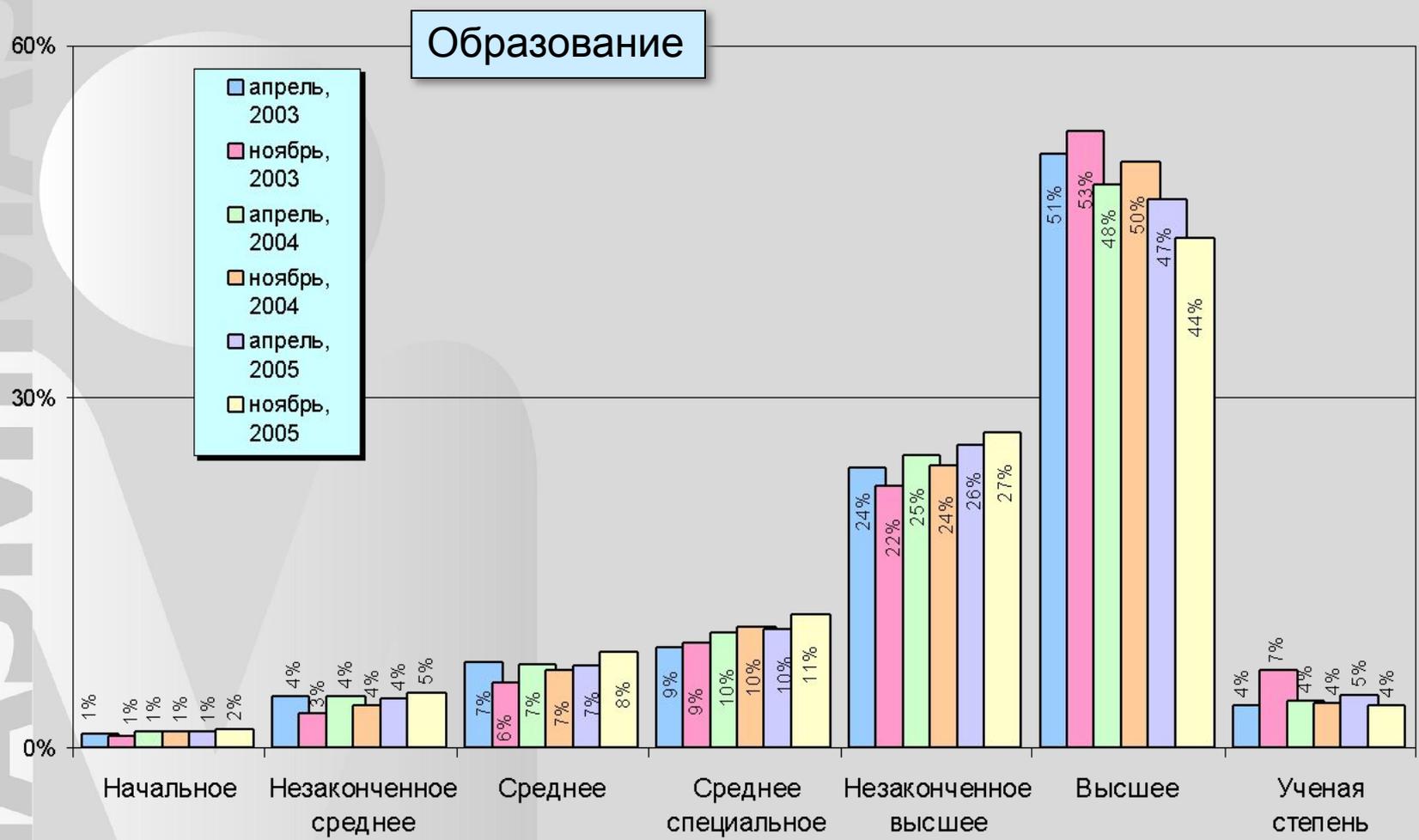
Возраст



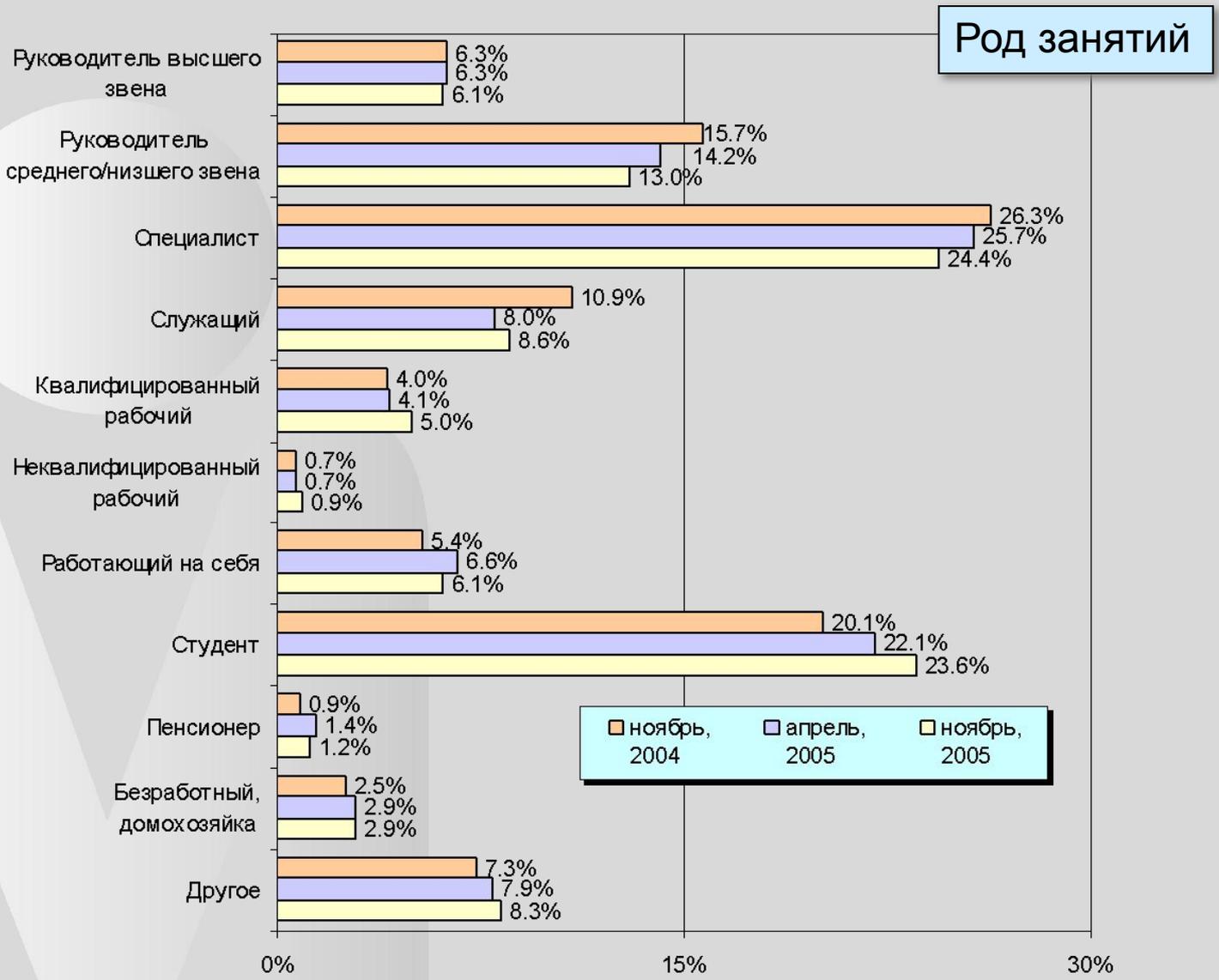
Средний возраст



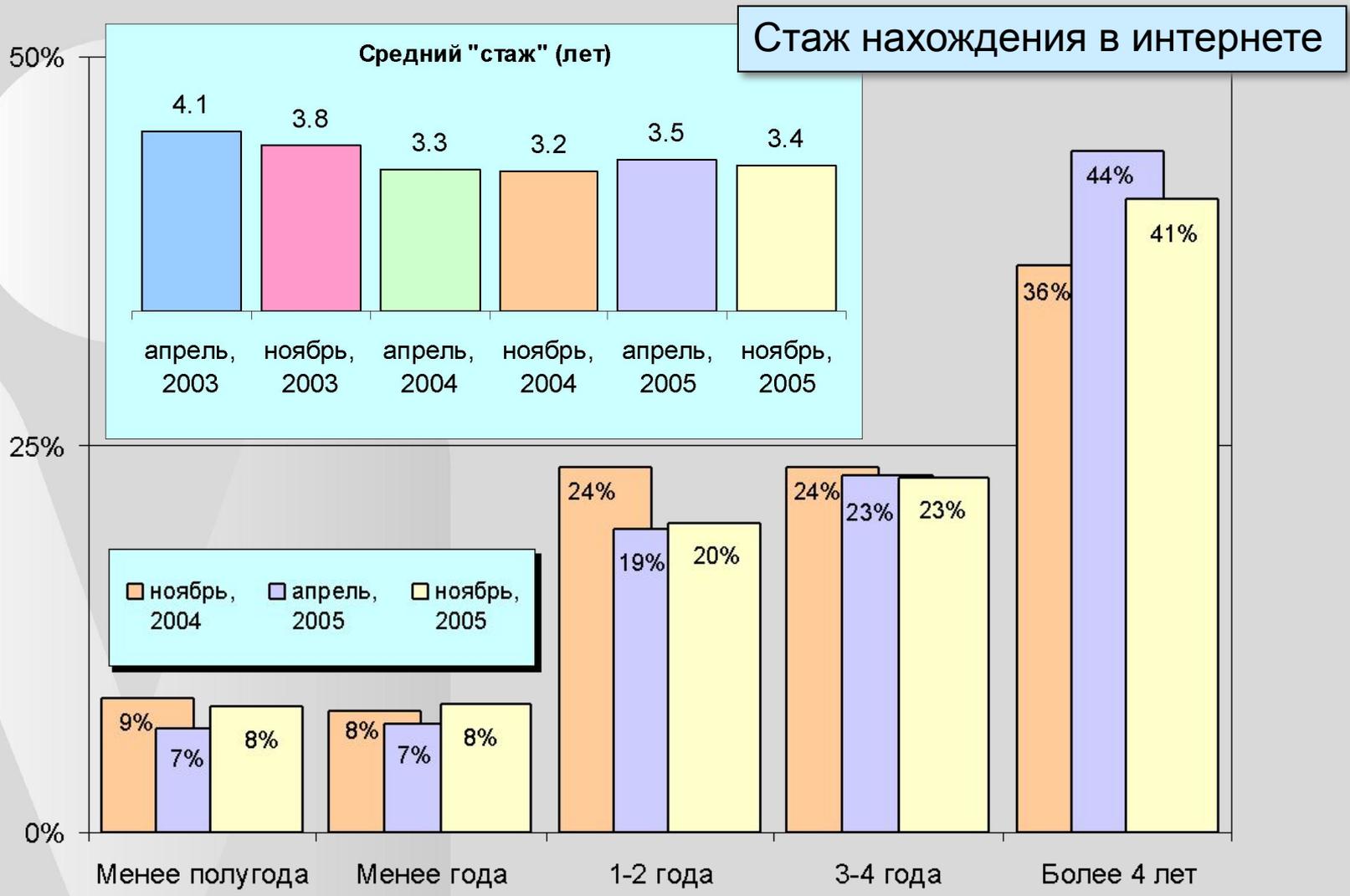
Социально-демографический профиль интернетчика



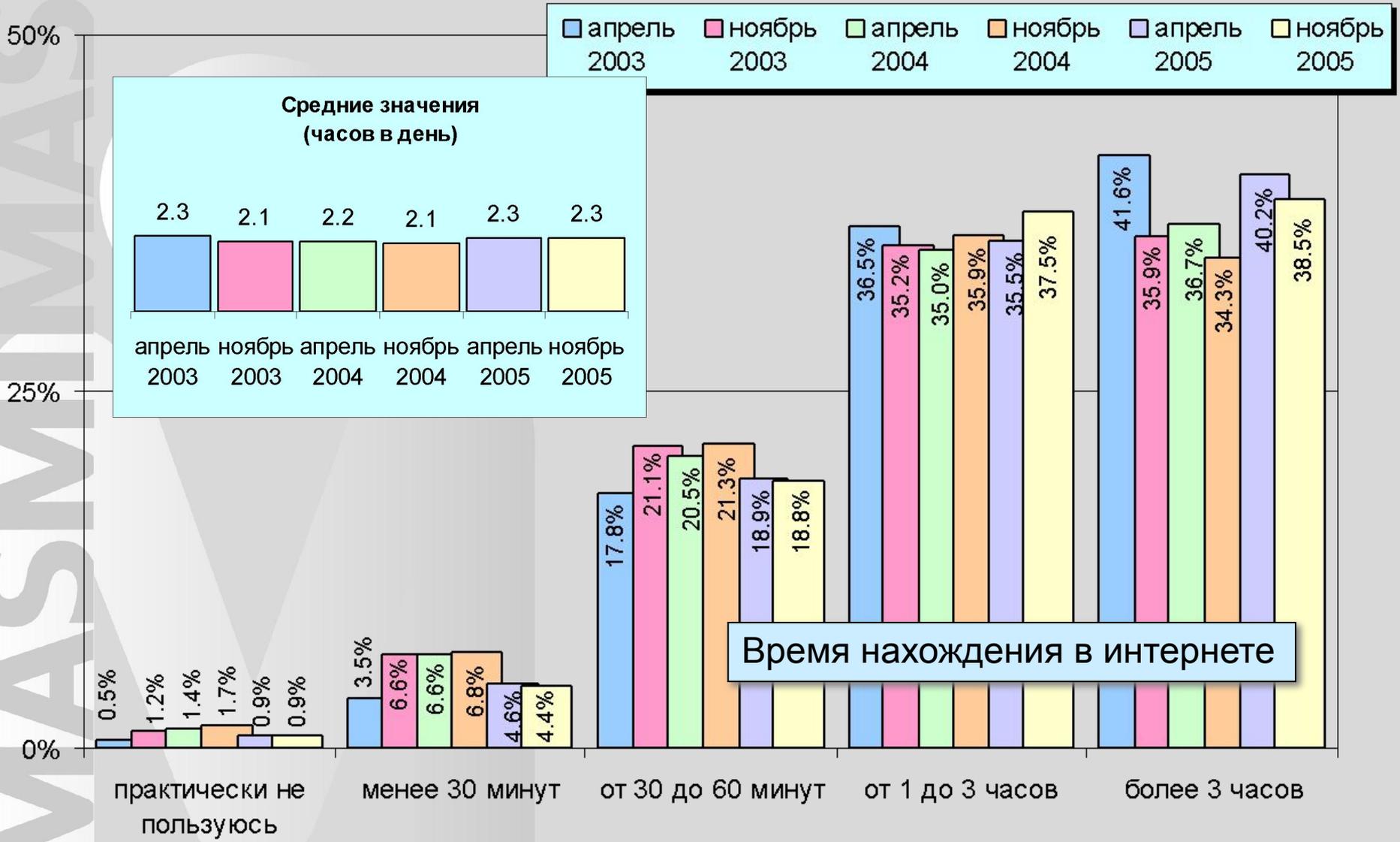
Социально-демографический профиль интернетчика



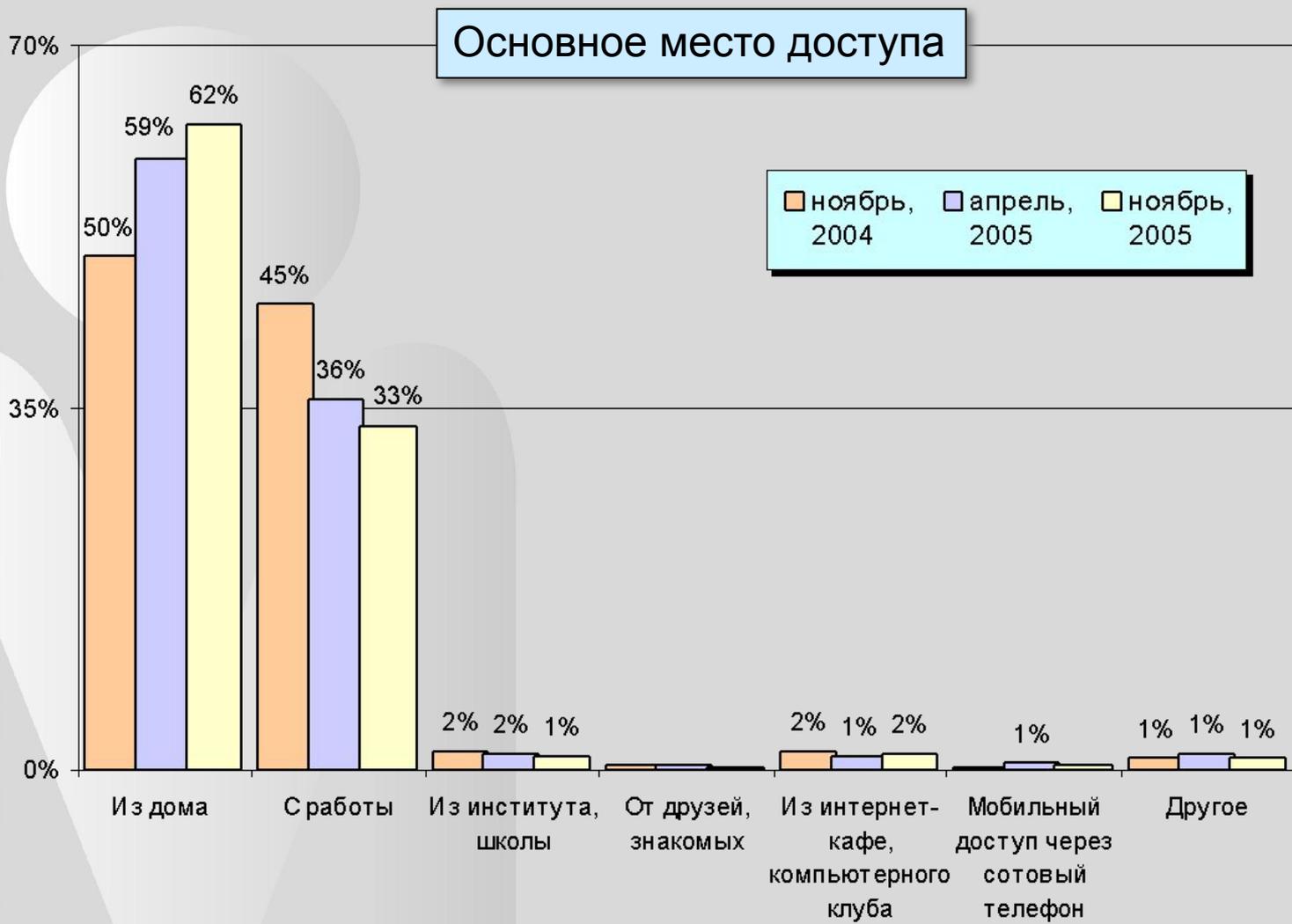
Привычки посетителя Сети



Привычки посетителя Сети



Привычки посетителя Сети



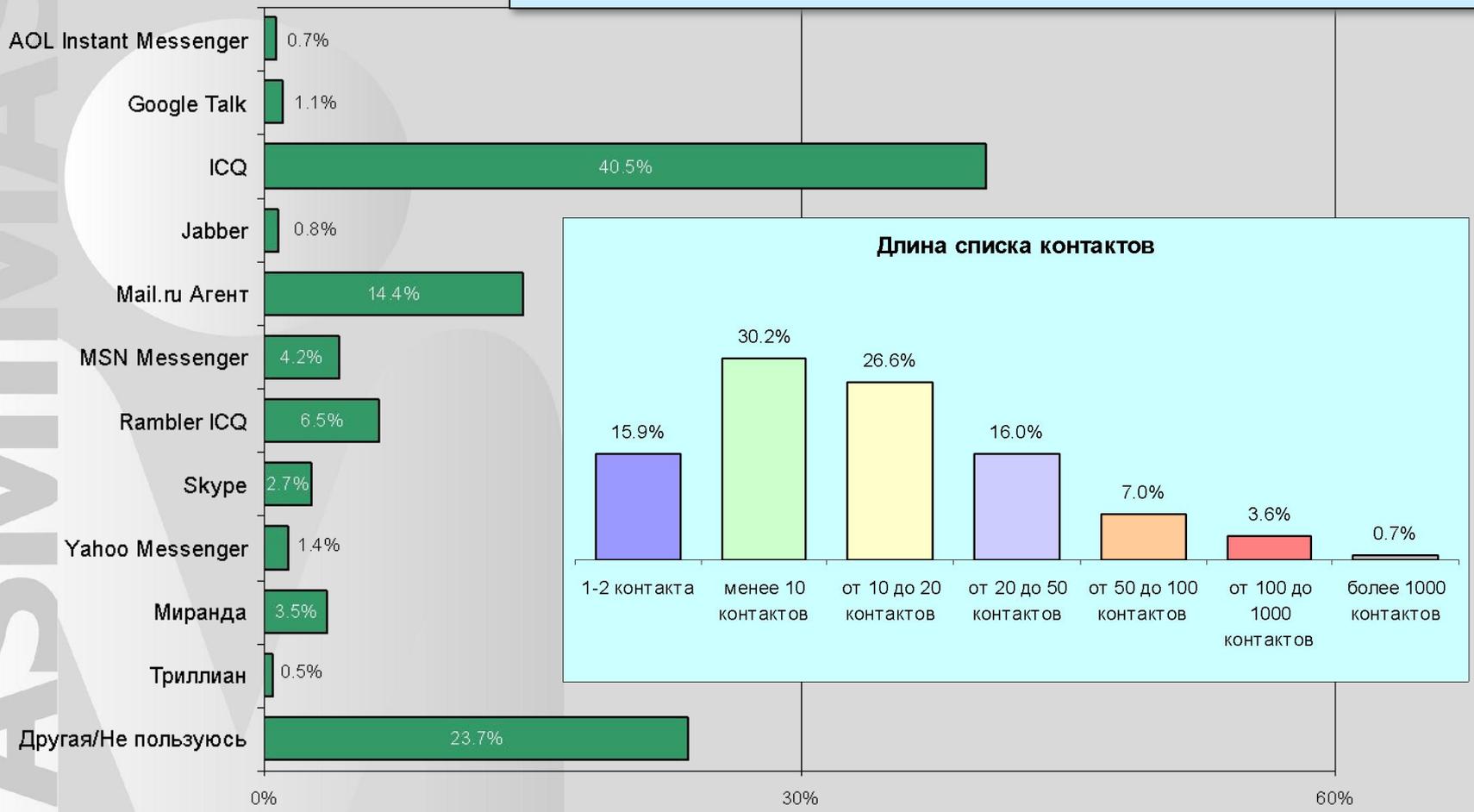
Привычки посетителя Сети

Основные занятия

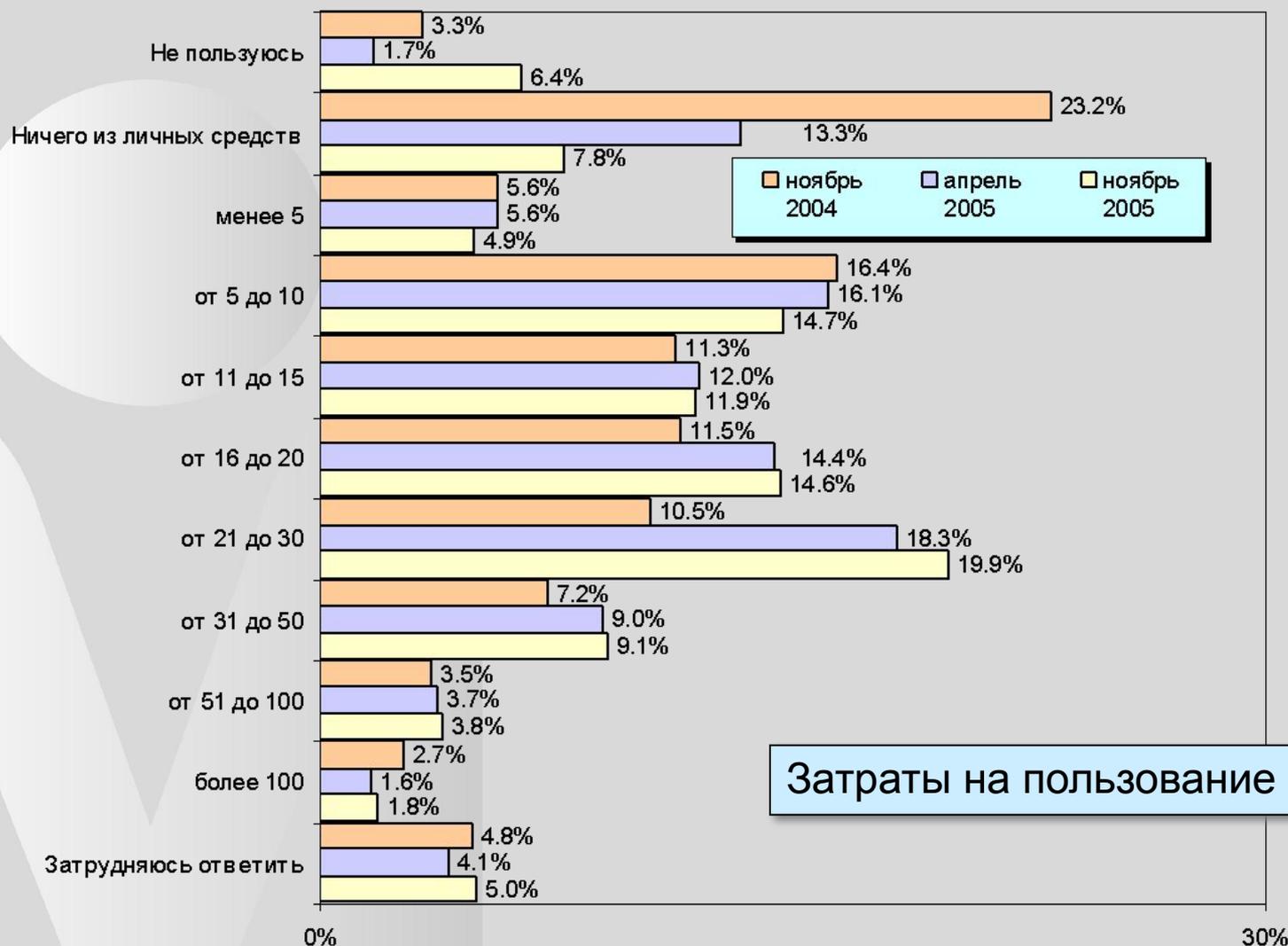


Привычки посетителя Сети

Использование программ обмена сообщениями

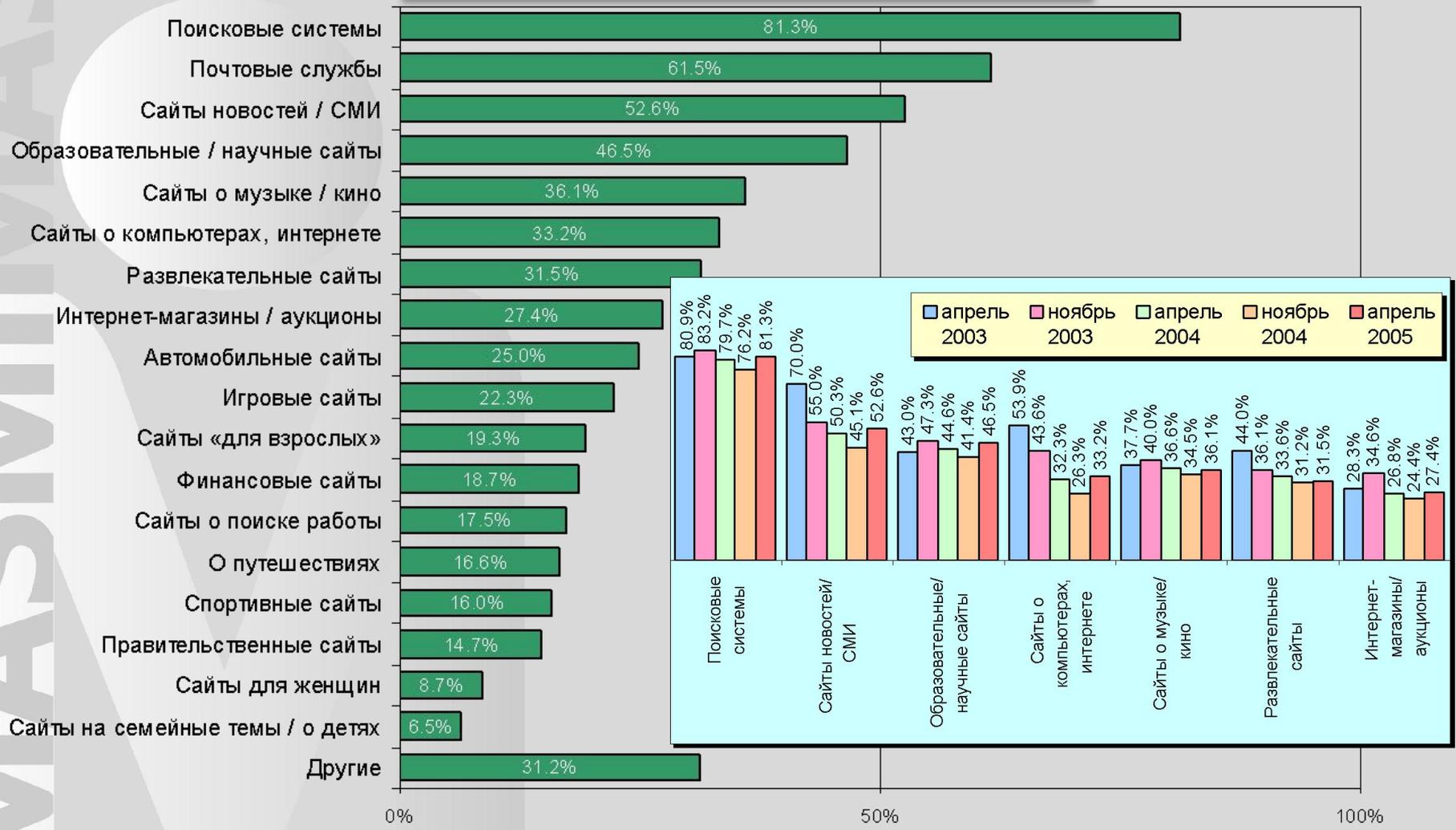


Привычки посетителя Сети



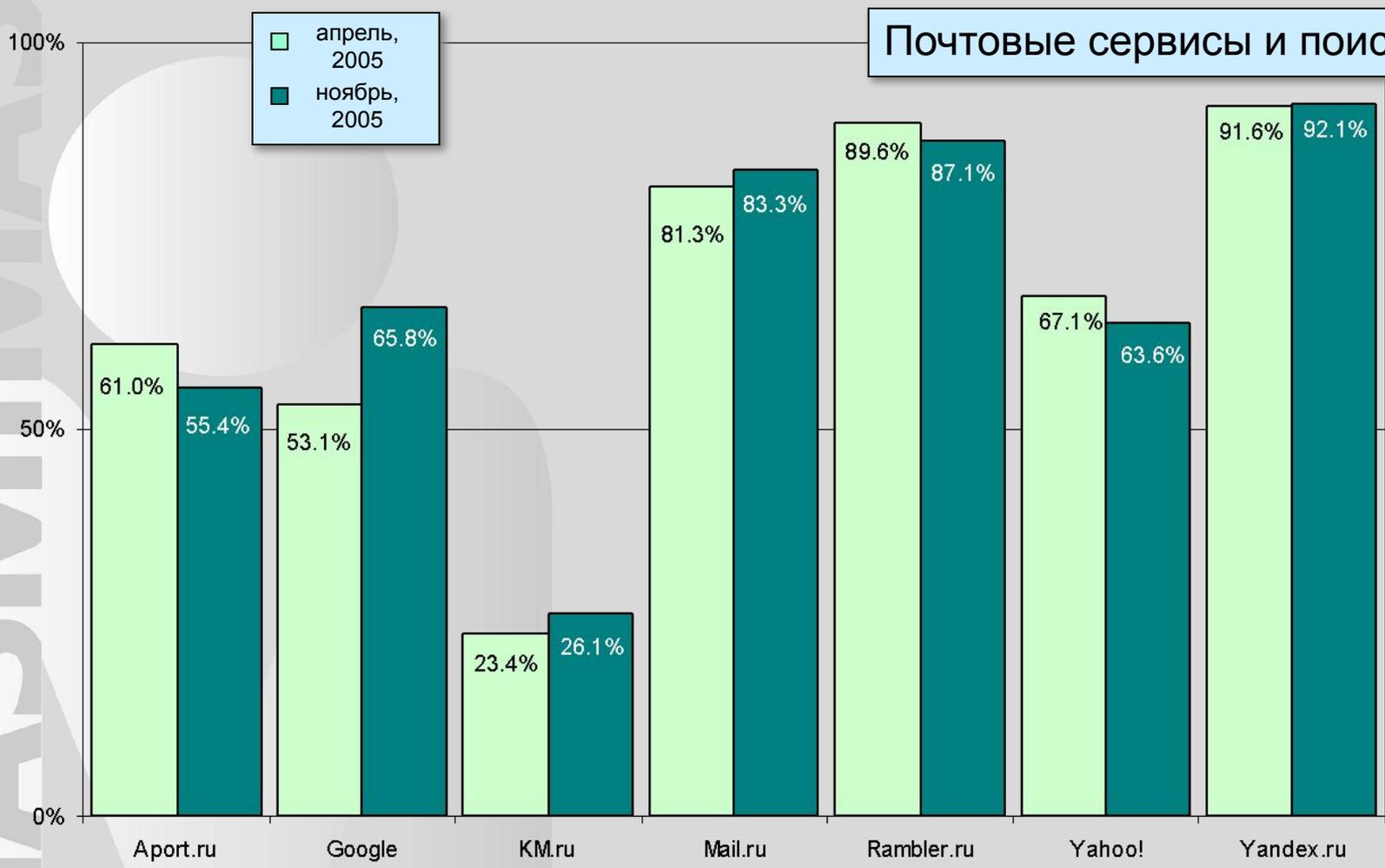
Интернет-серфинг

Наиболее посещаемые типы сайтов

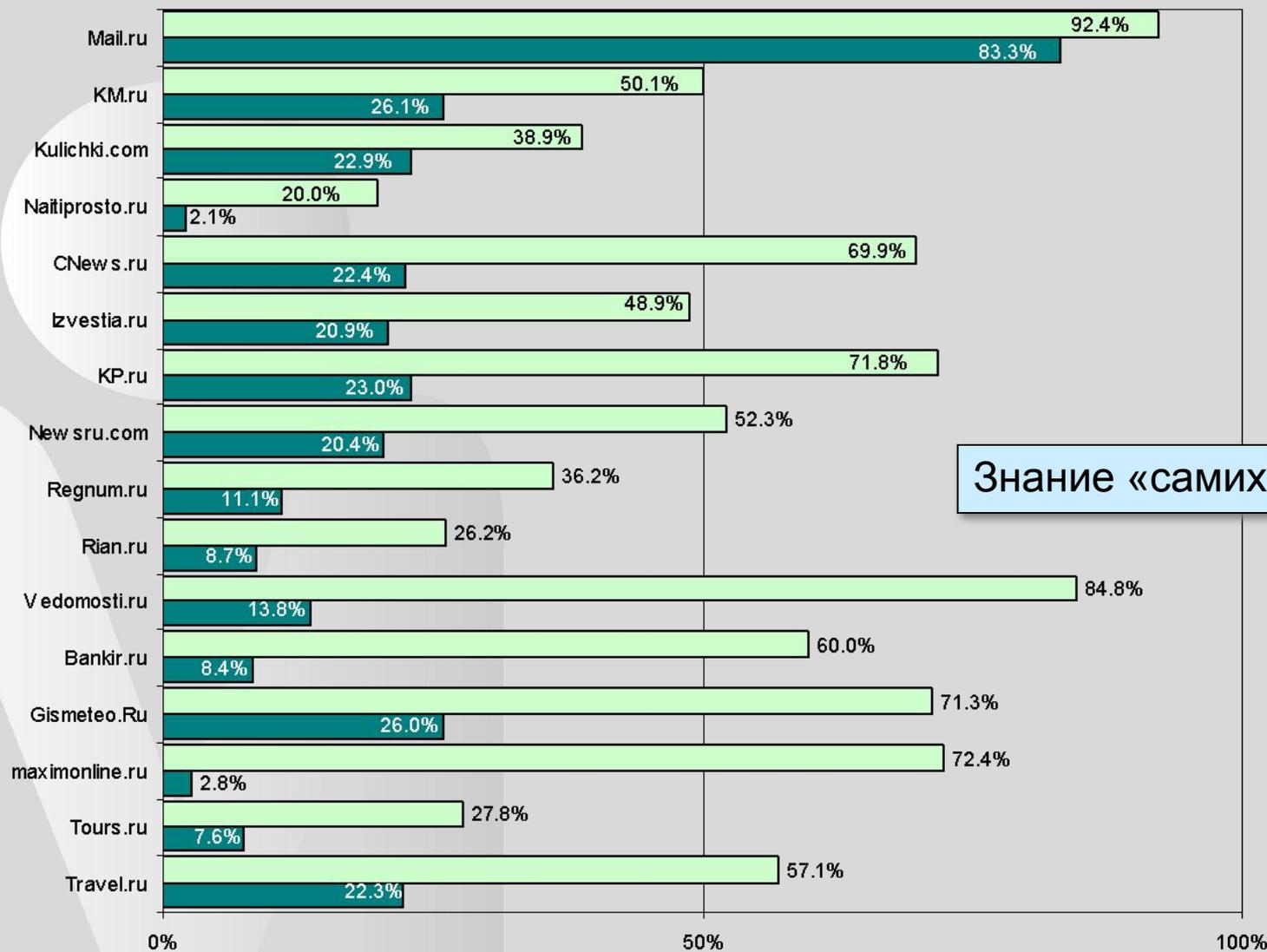


Знание интернет-ресурсов

Почтовые сервисы и поисковики



Знание интернет-ресурсов



Знание «самих себя»

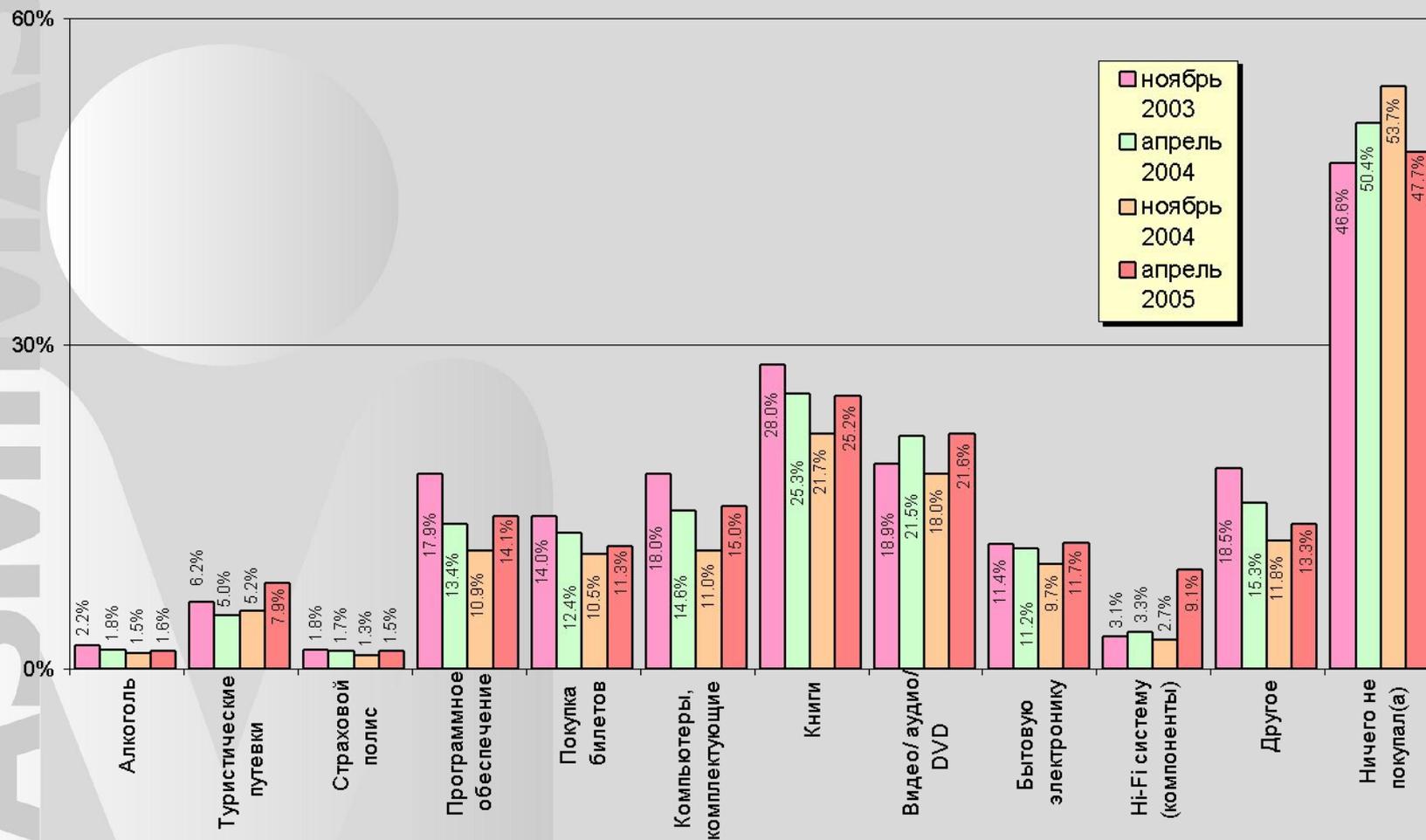
Отношение к рекламе в Интернете



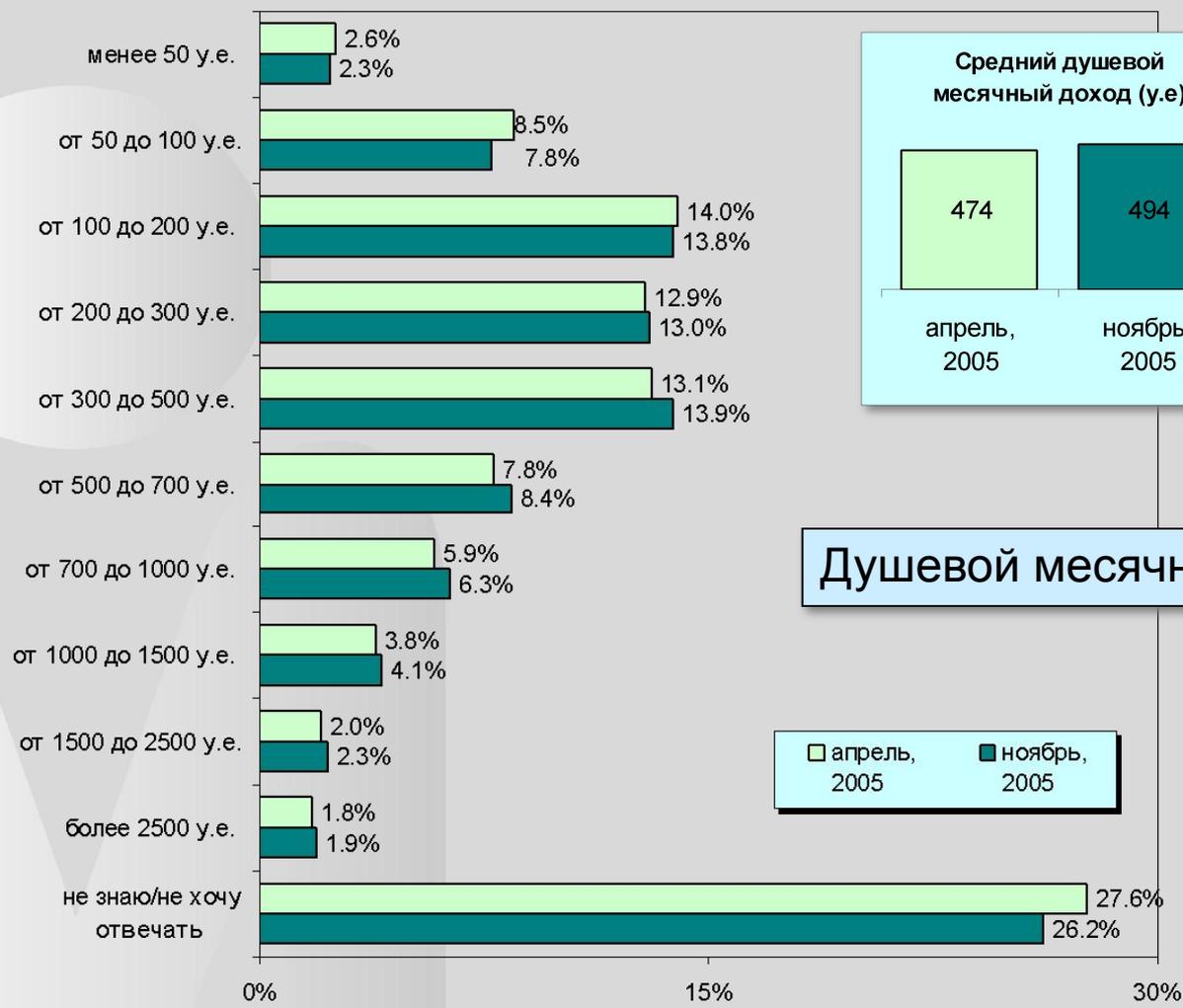
Раздражающие факторы

MASMI

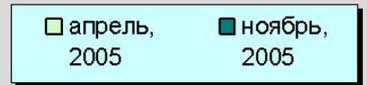
Покупки онлайн



Доход и благосостояние интернетчика

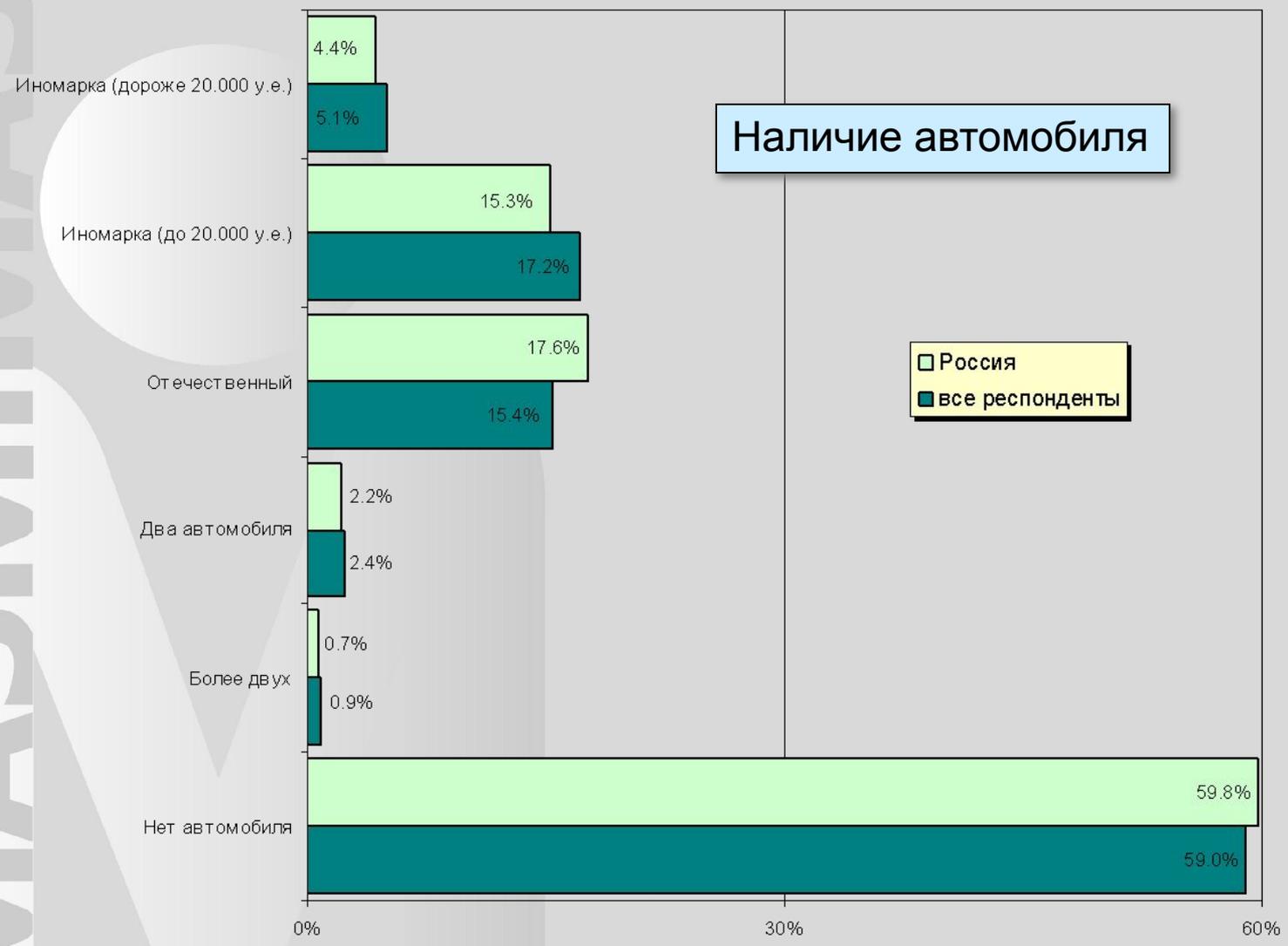


Душевой месячный доход

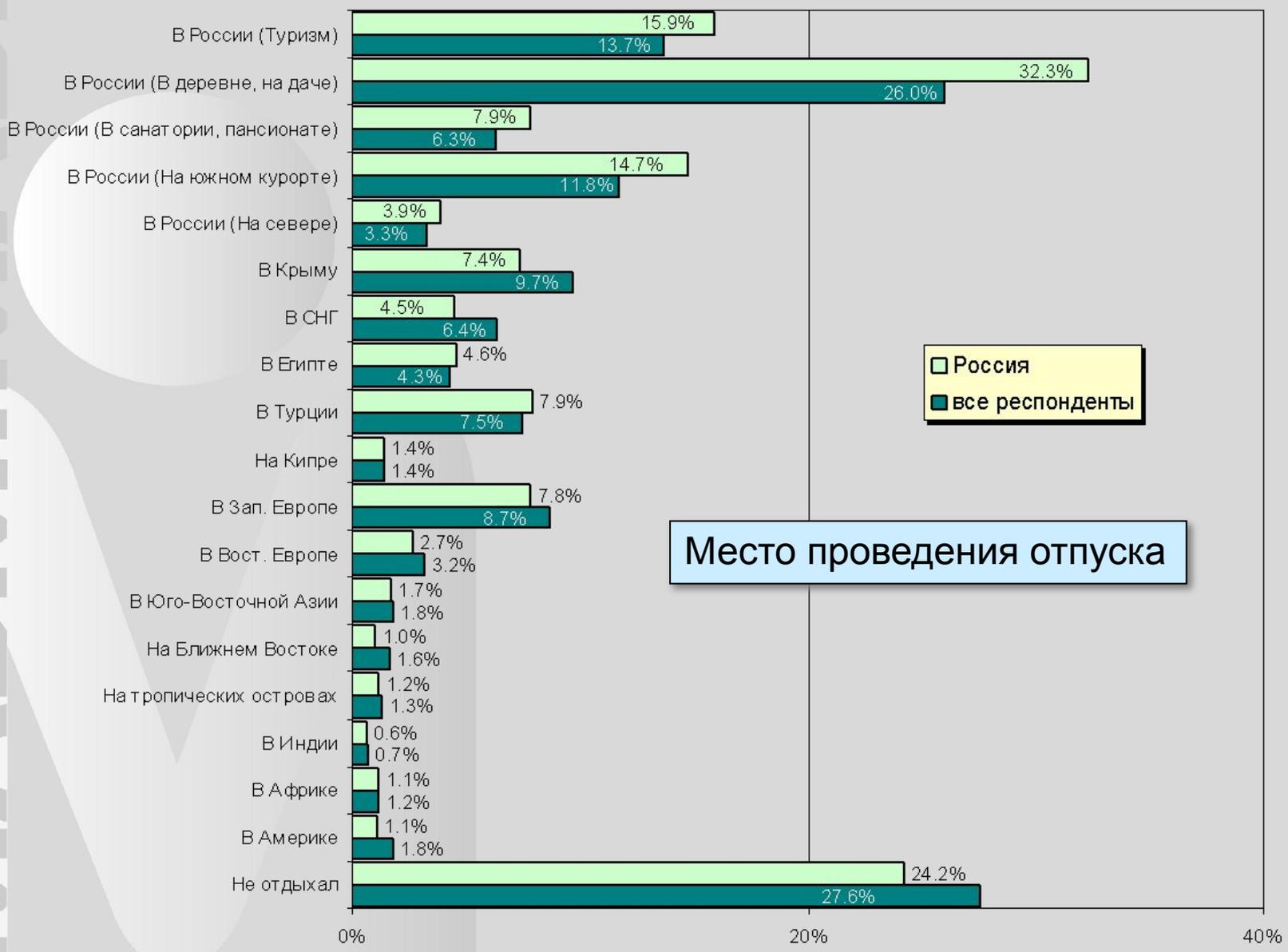


MASMI

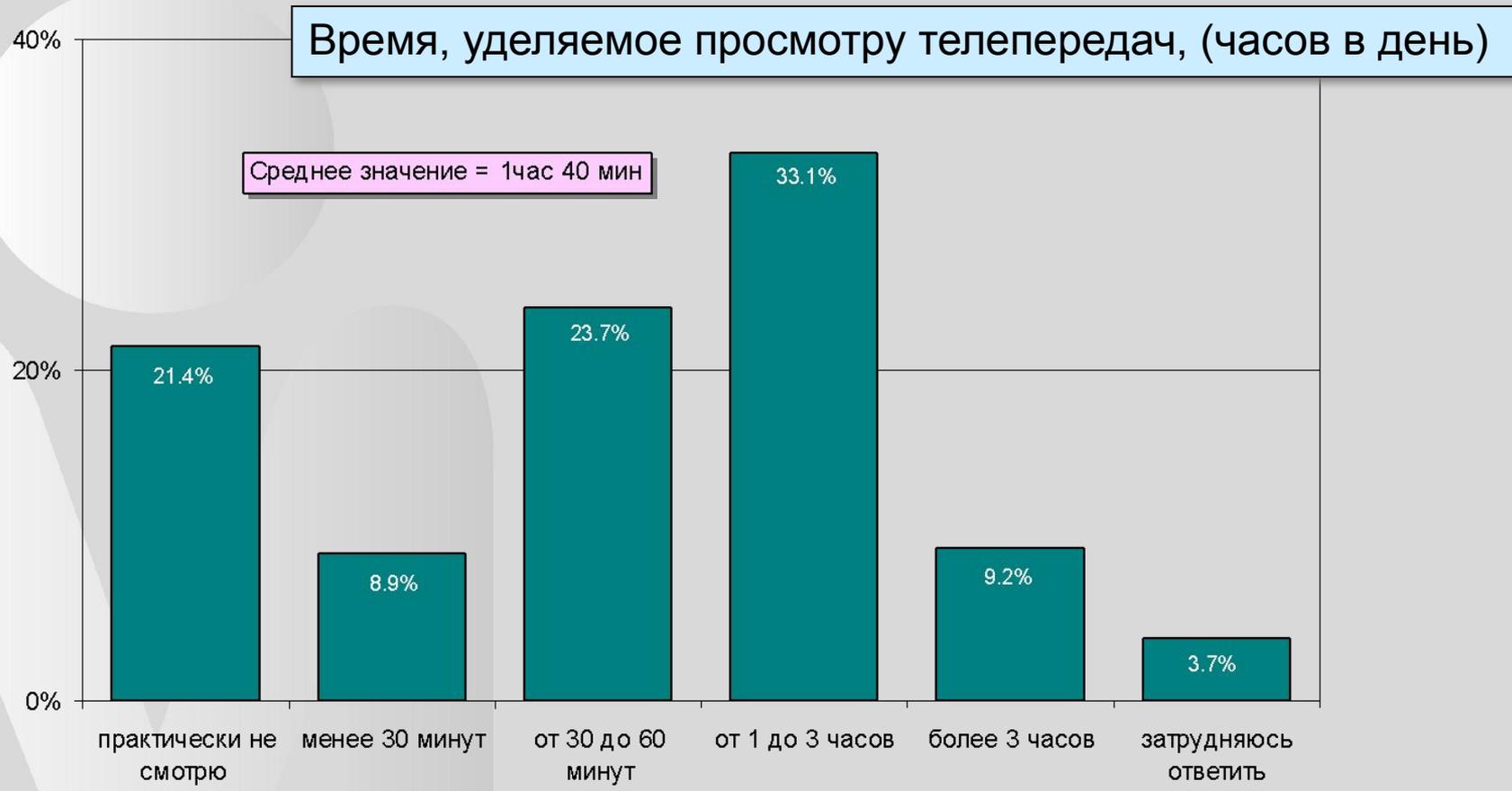
Доход и благосостояние интернетчика



Доход и благосостояние интернетчика



Стиль жизни интернетчика

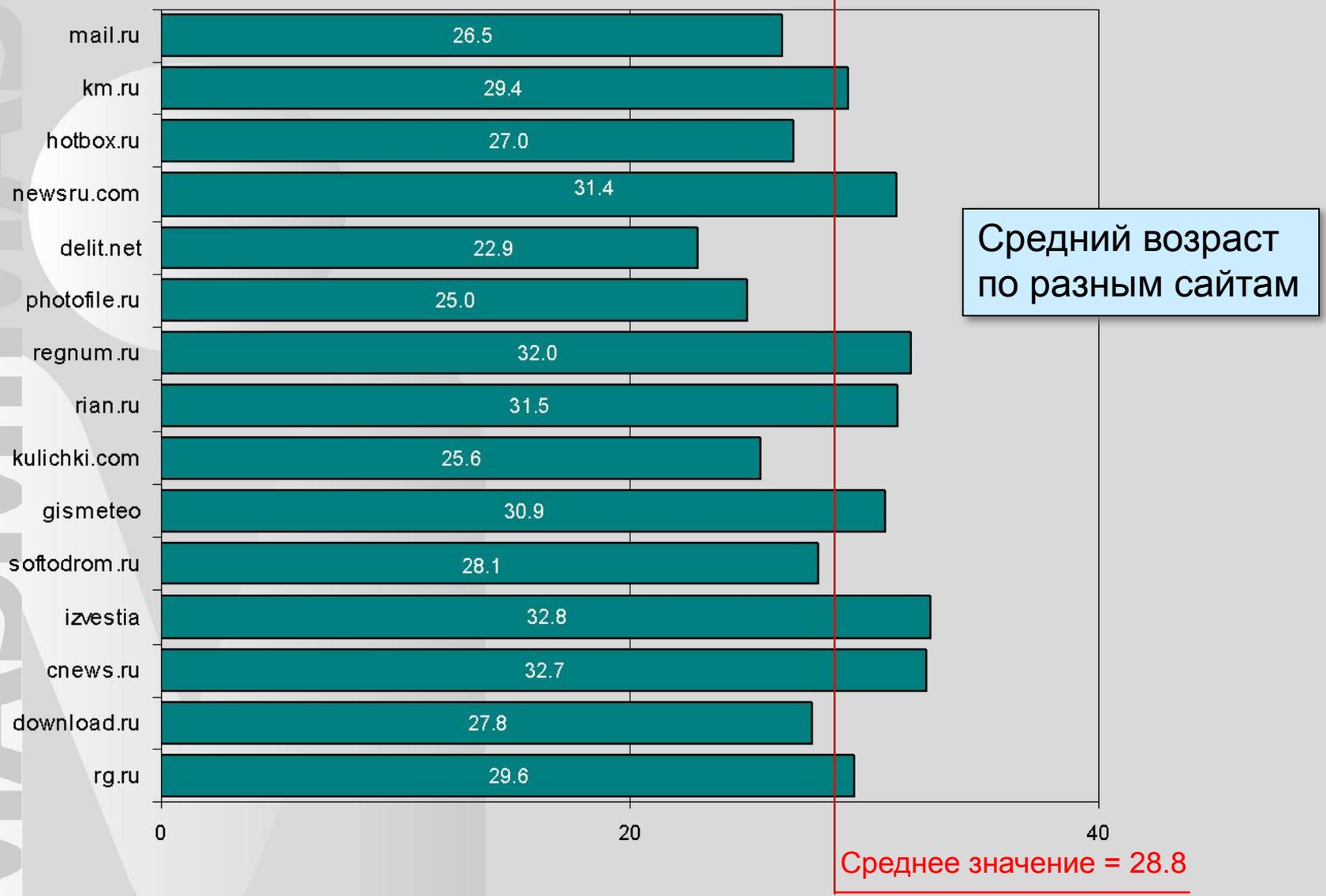


Стиль жизни интернетчика

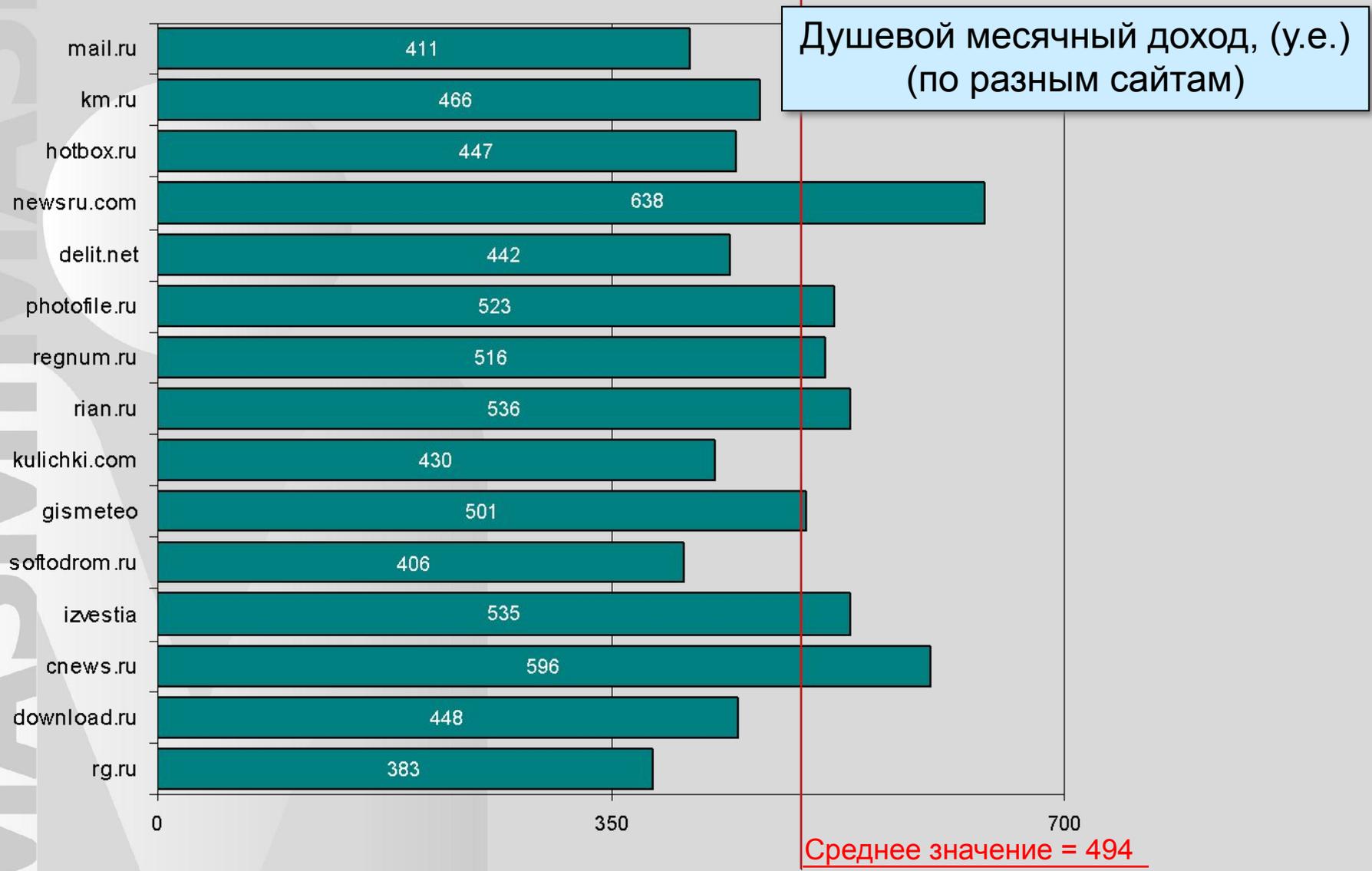
Время, уделяемое просмотру телепередач в сравнении с интернетом

у телевизора в интернете	практически не смотрю	менее 30 минут	30 - 60 минут	до 3 часов	более 3 часов	затрудняюсь ответить
практически не пользуюсь	0.2%	0.1%	0.2%	0.2%	0.1%	0.0%
менее 30 минут	0.9%	0.5%	1.1%	1.3%	0.3%	0.1%
от 30 до 60 минут	3.0%	1.9%	5.2%	6.0%	1.5%	0.5%
от 1 до 3 часов	6.6%	2.9%	8.9%	13.1%	3.5%	1.2%
более 3 часов	9.8%	3.2%	7.9%	11.6%	3.5%	1.1%
затрудняюсь ответить	0.9%	0.2%	0.5%	0.8%	0.3%	0.7%

Различные сайты – различная демография



Различные сайты – различная демография



Примеры онлайн-проектов, проводимых МАСМИ

Оценка эффективности сайта:

- ❖ контентное наполнение
- ❖ эргономика
- ❖ удобство интерфейса
- ❖ дизайн
- ❖ имидж

Онлайн Монитор и Омнибусо-подобные проекты

Полевые работы ОнЛайн

Спецпроекты ОнЛайн