



Особенности аудитории русскоязычных поисковиков

*Вирин Федор,
директор по исследованиям
холдинга Mail.ru*

@mail.ru®



Исследование поисковых систем Рунета

Основа исследования опрос МАСМИ Online-Monitor:

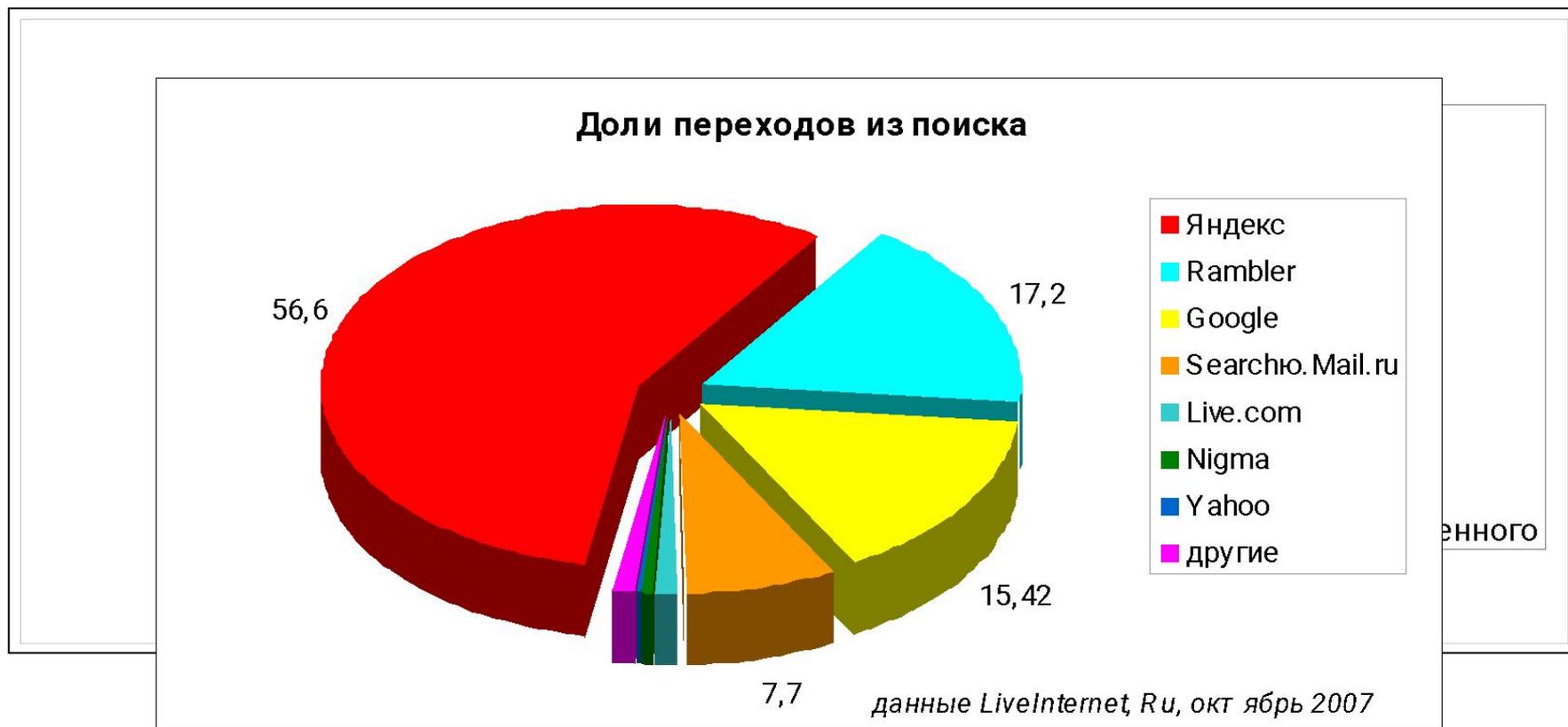
Исследование проводится методом самозаполнения анкет в интернете, по ссылкам с популярных сайтов (всего около 100 сайтов в исследовании).

- 95 тысяч завершенных интервью (заполненных анкет);
- 72 тысячи анкет, заполненных пользователями из России (именно их мы брали для исследования);
- Дата проведения опроса – апрель 2007 года;
- Полученные результаты очищены от «мусорных» анкет;
- Проведена процедура перевзвешивания. Результаты опроса репрезентируют аудиторию интернета в России по полу и возрасту.

Важно отметить, что как и любой другой опрос, проводимый через интернет, online-monitor имеет заметное смещение в сторону активной интернет-аудитории. Это связано и с тем, что малоактивные пользователи имеют меньше возможностей увидеть опрос, и с тем, что они меньше доверяют интернету в целом, а потому менее склонны заполнять в нем опросники.



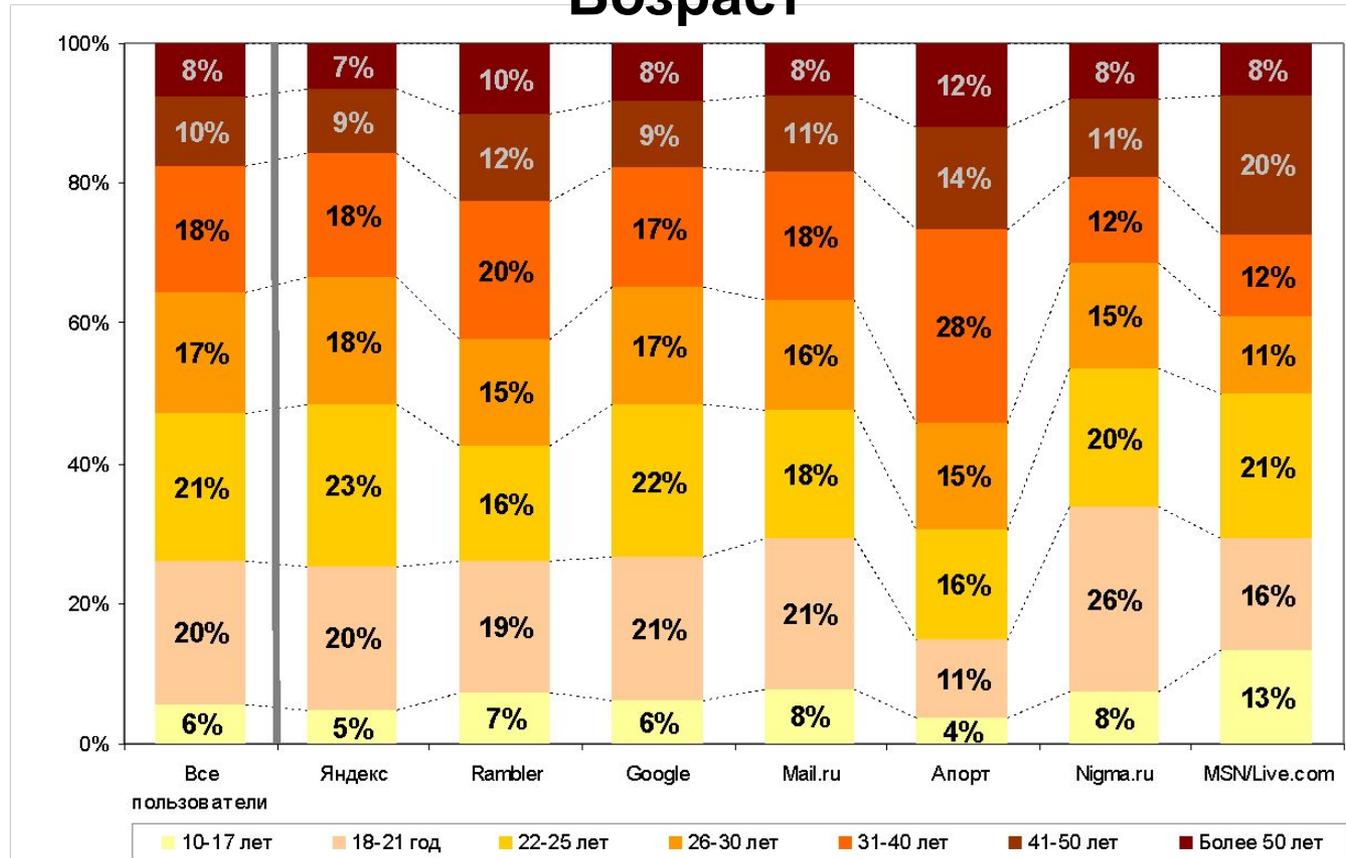
Какой поисковой машиной Вы пользуетесь чаще всего?



Основное различие за счет доли поиска Mail.ru – его больше среди ответов и меньше среди переходов из-за известности «непоискового» бренда Mail.ru



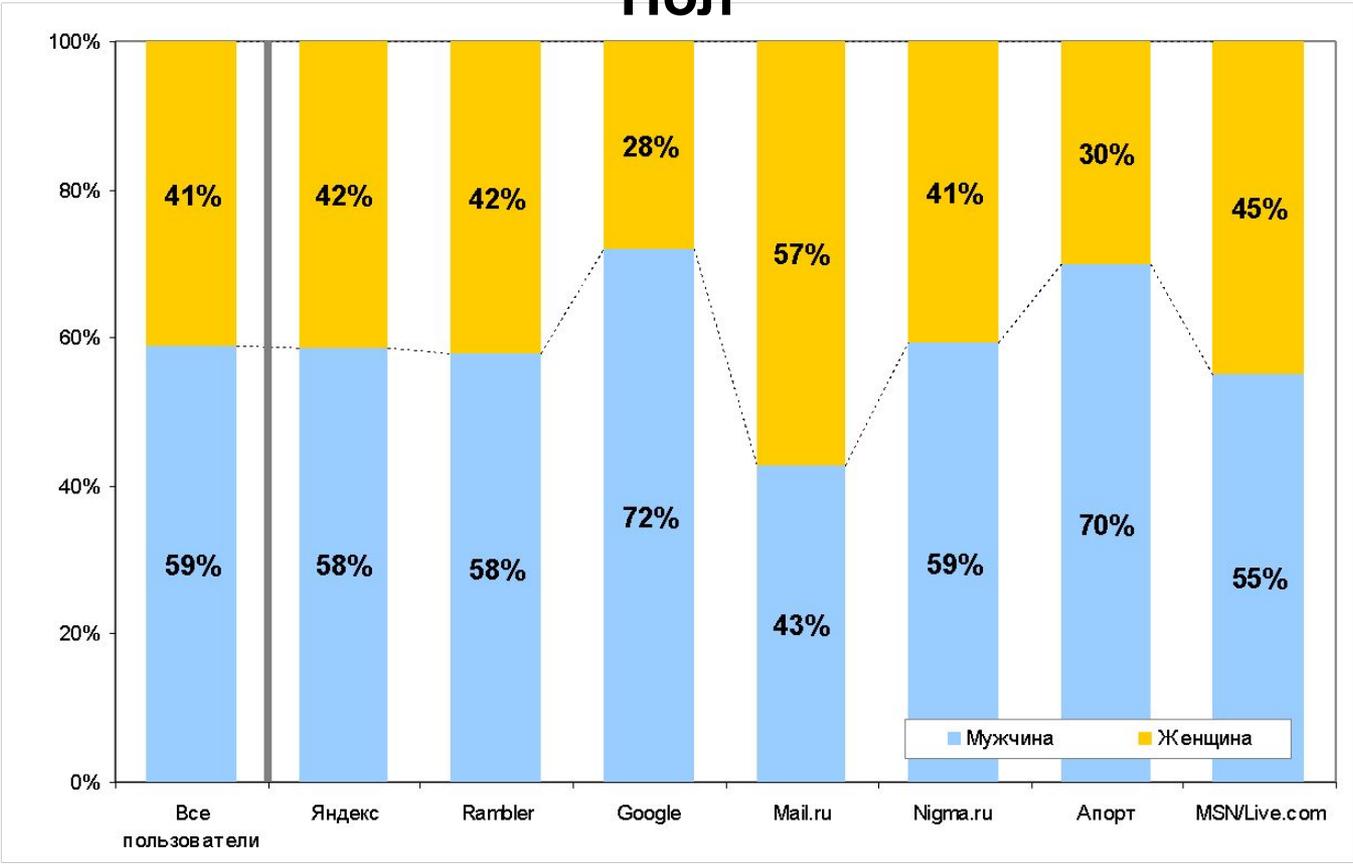
Возраст



Действительно, «средней» аудитории, то есть похожей на аудиторию интернета в целом, нет ни у кого. Наиболее близок к ней Google, который лишь незначительно проваливается в старших возрастах. Все остальные поисковые машины имеют заметные особенности собственной аудитории.



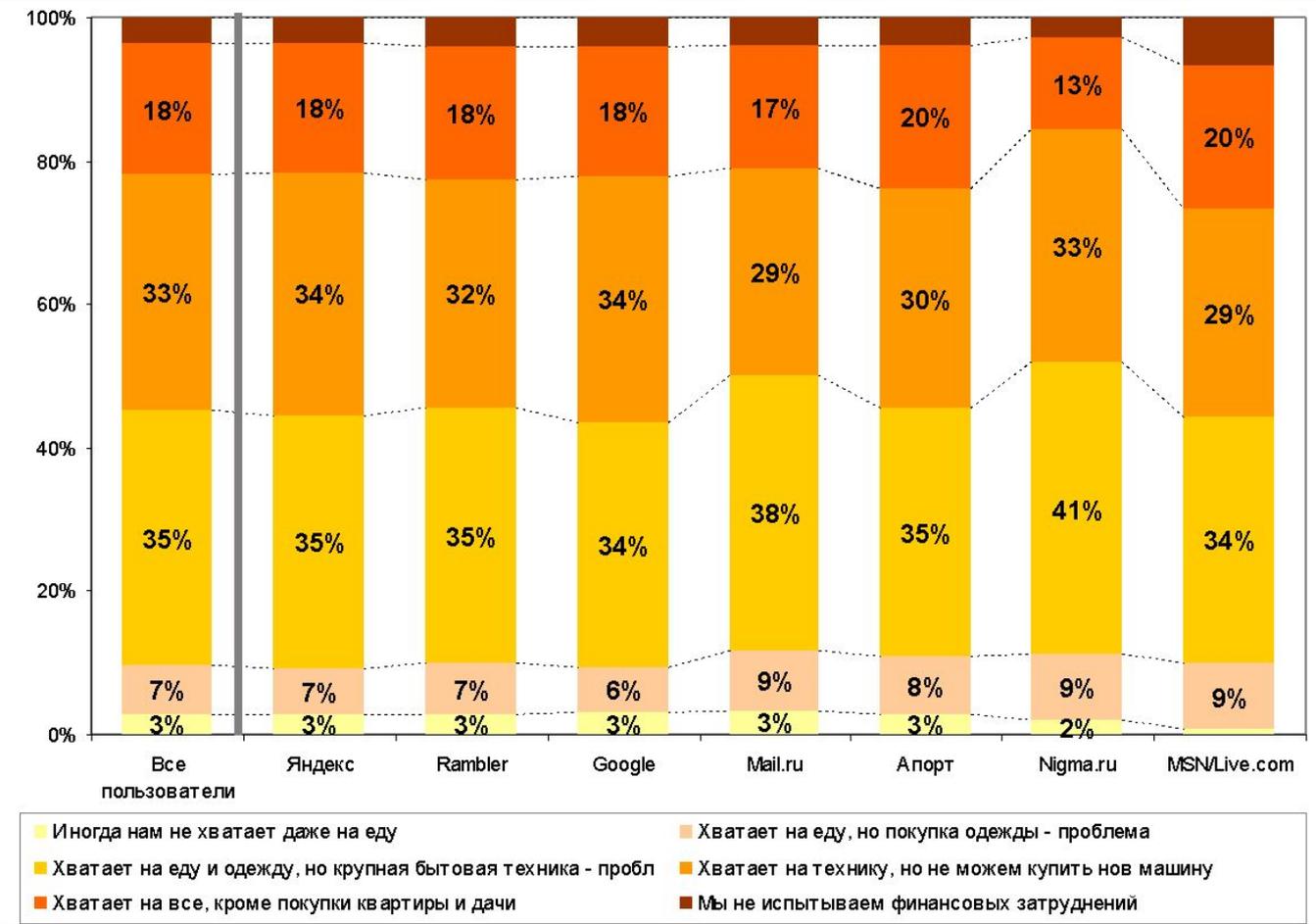
Пол



С полом проще (не в последнюю очередь потому, что его всего два). Здесь аудитория Яндекса и Рамблера очень похожа на аудиторию интернета в России в целом, аудитория Google гораздо более мужская, а аудитория Mail.ru гораздо более женская.



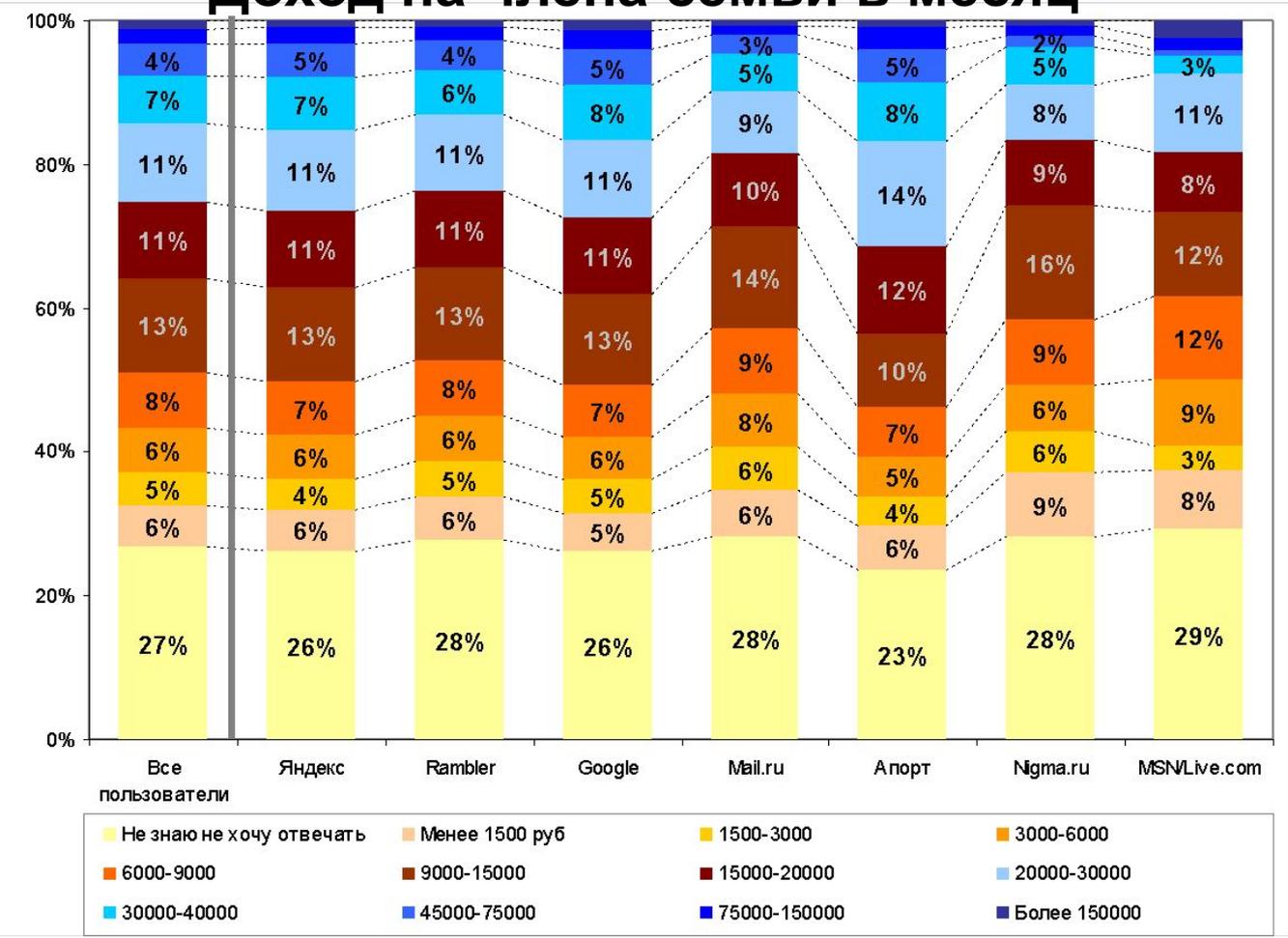
Материальное положение семьи



Разница в распределении аудитории по материальному положению незначительна и похожа на среднее соотношение по всему Рунету.



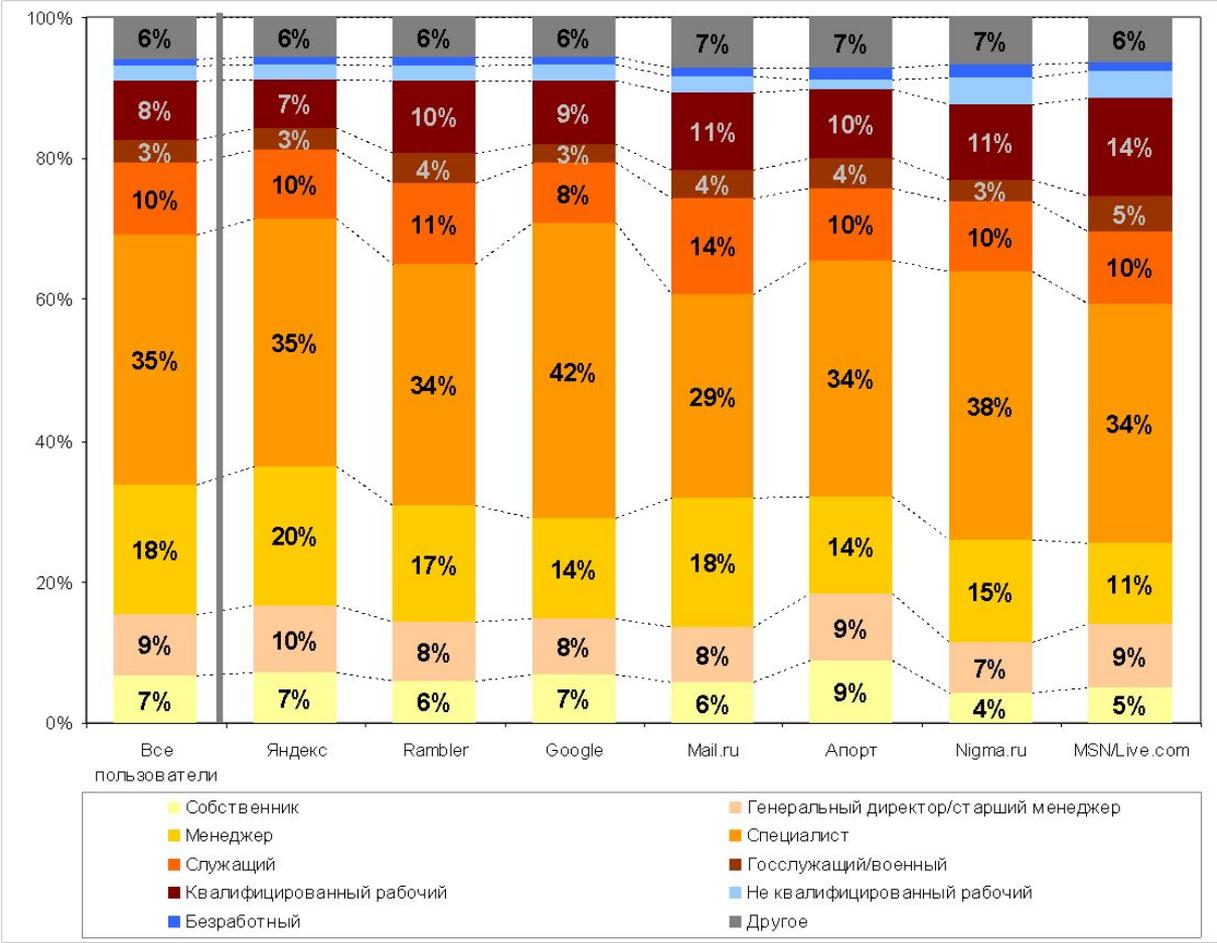
Доход на члена семьи в месяц



Чем больше доля молодежи, тем больше ответов «не знаю», как это видно на Rambler и Mail.ru. Если вычесть эти ответы, то разница в доходах респондентов почти везде косметическая.



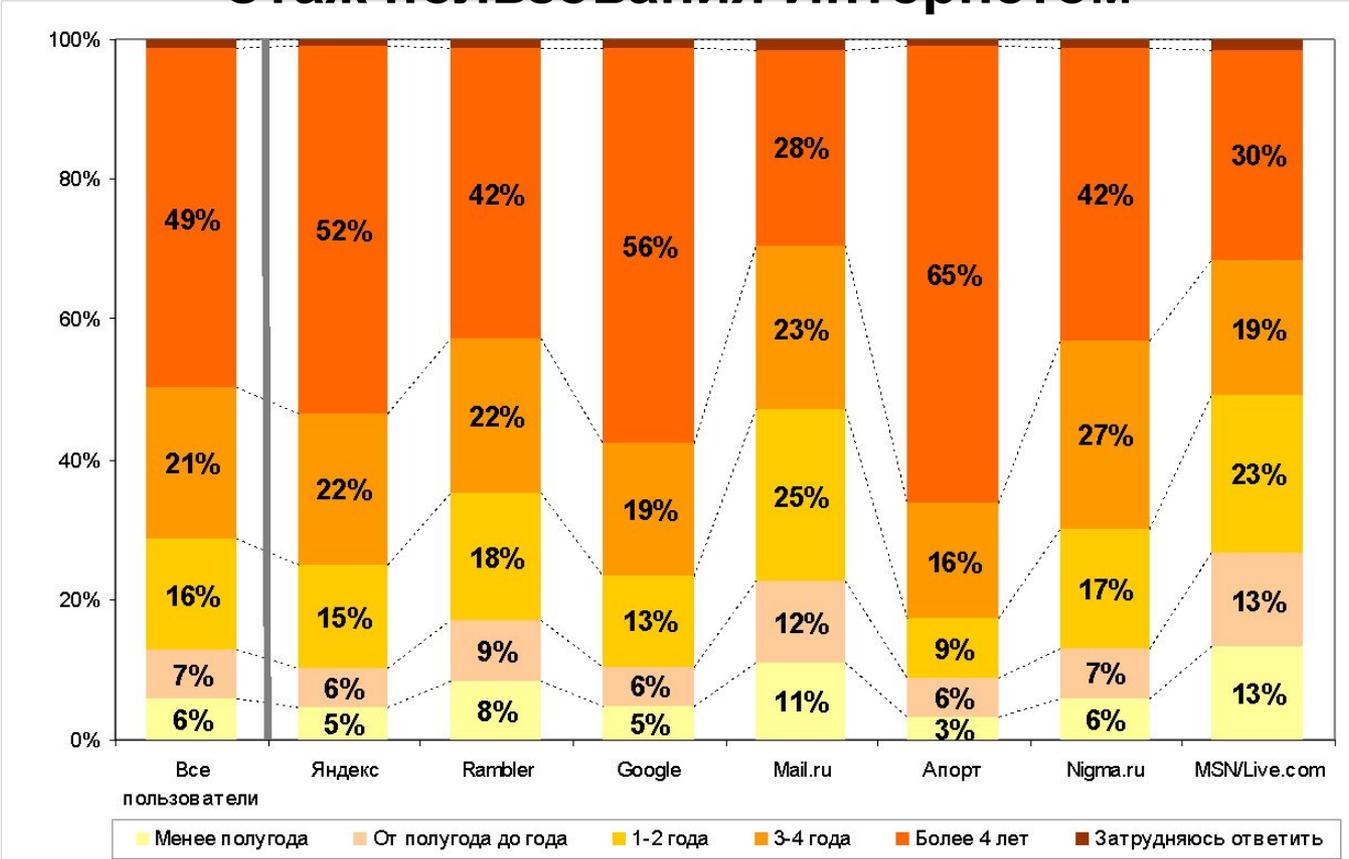
Служебное положение



Аудитория специалистов – это про Google, в то же время для Яндекса более характерны пользователи, относящие себя к менеджерам, для Рамблера – квалифицированные рабочие, для Mail.ru – служащие.

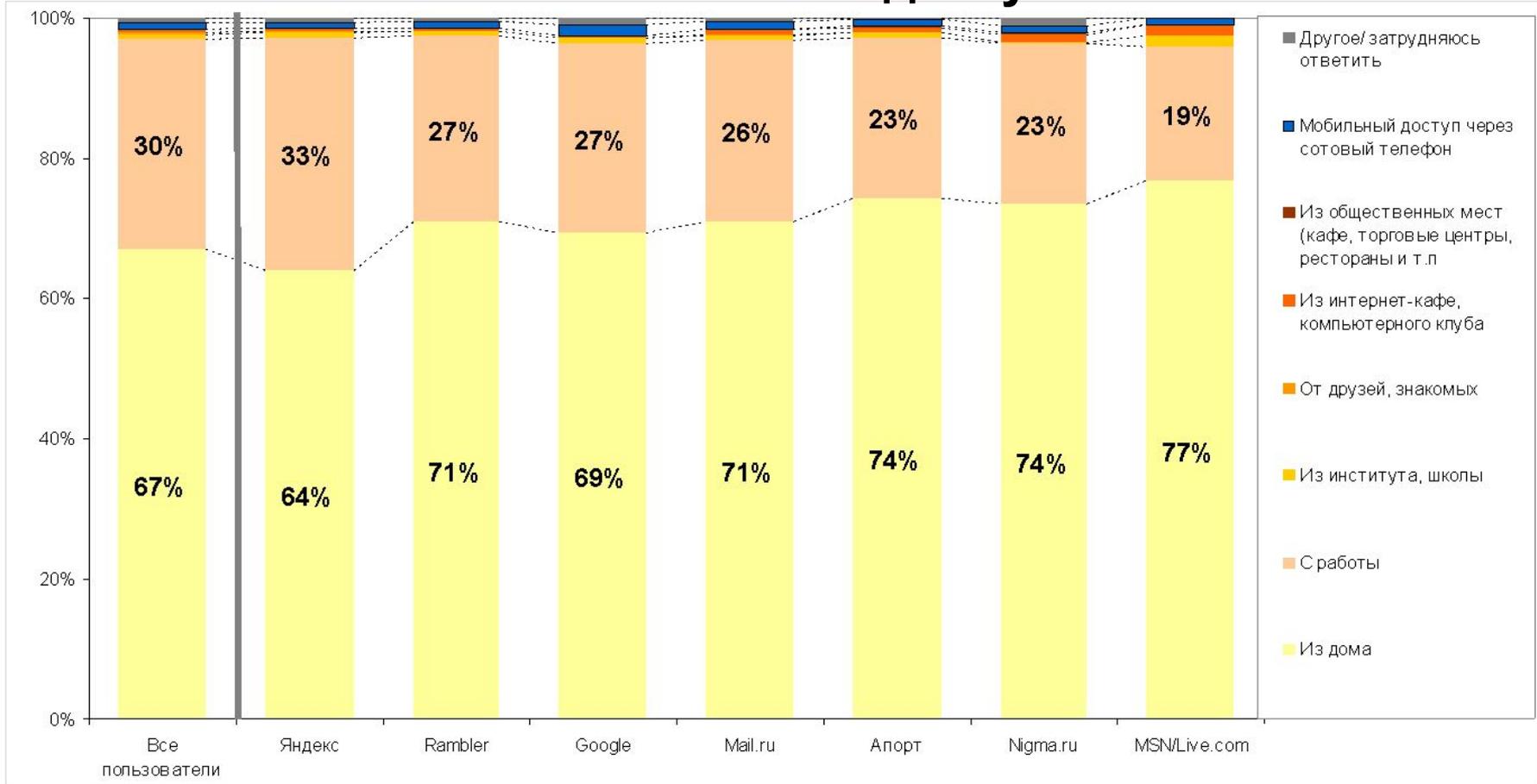


Стаж пользования Интернетом



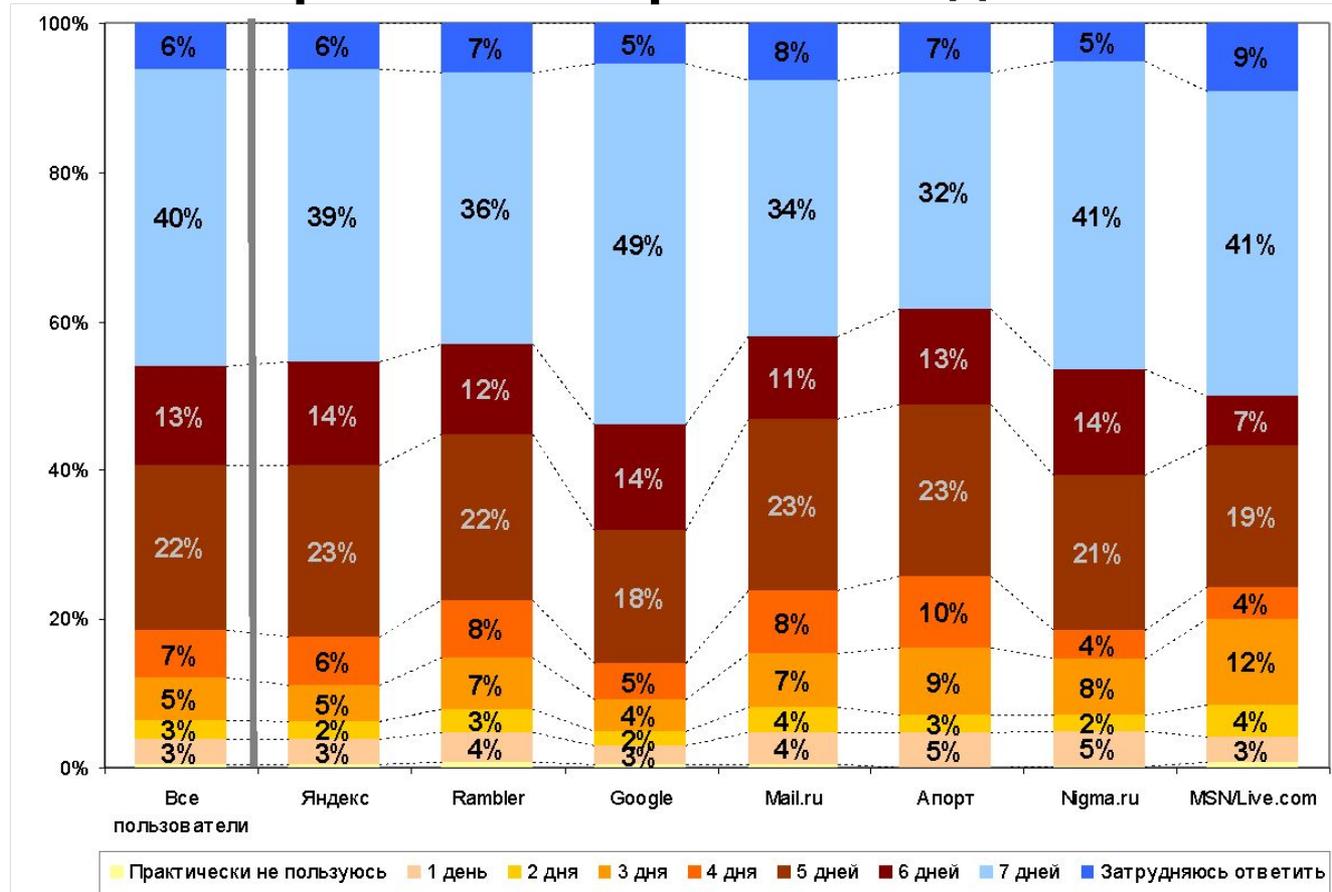
Около половины анкет были заполнены пользователями, которые имеют стаж более 4 лет. На самом деле в интернете таких пользователей меньше половины, но оказывается то, что на онлайн-опрос отвечают всегда более активные пользователи интернета.

Основное место доступа



К сети стали подключаться пользователи, которые заводят свой первый компьютер в жизни, и не имеющие раннего опыта общения с компьютерами. Наиболее привлекательными для них выглядят Рамблер и Mail.ru

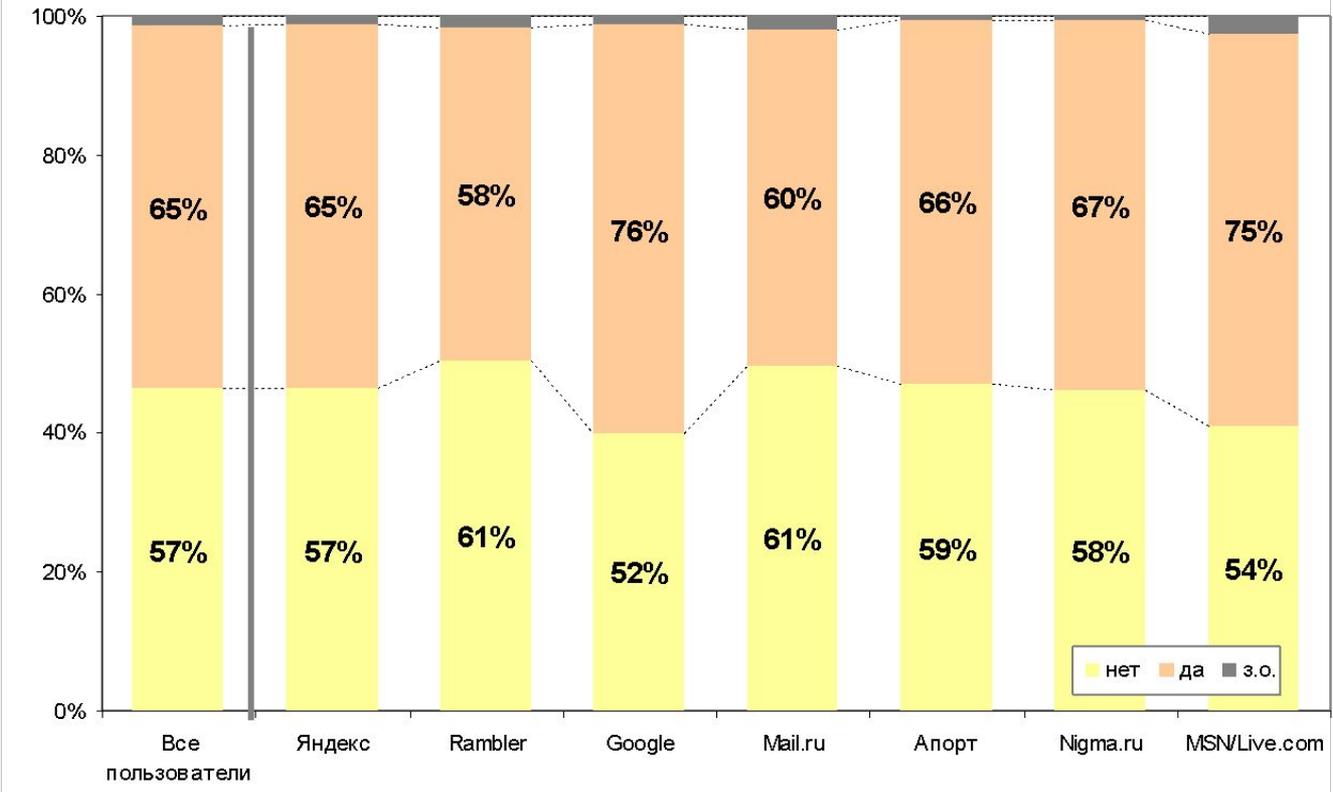
Время в Интернете в неделю



И опять мы видим, что аудитории новичков (а именно они пользуются интернетом реже других) более всего на Рамблере и на Mail.ru – именно здесь скапливаются еще не «отравленные интернетом» люди.



Пользуетесь ли Вы мобильным Интернетом?



И опытным пользователям с огромным стажем постоянно не хватает обычного компьютера, поэтому они используют его даже в дороге при помощи мобильных телефонов. Доля таких пользователей очень хорошо коррелирует со стажем пользователей.



Спасибо за внимание!

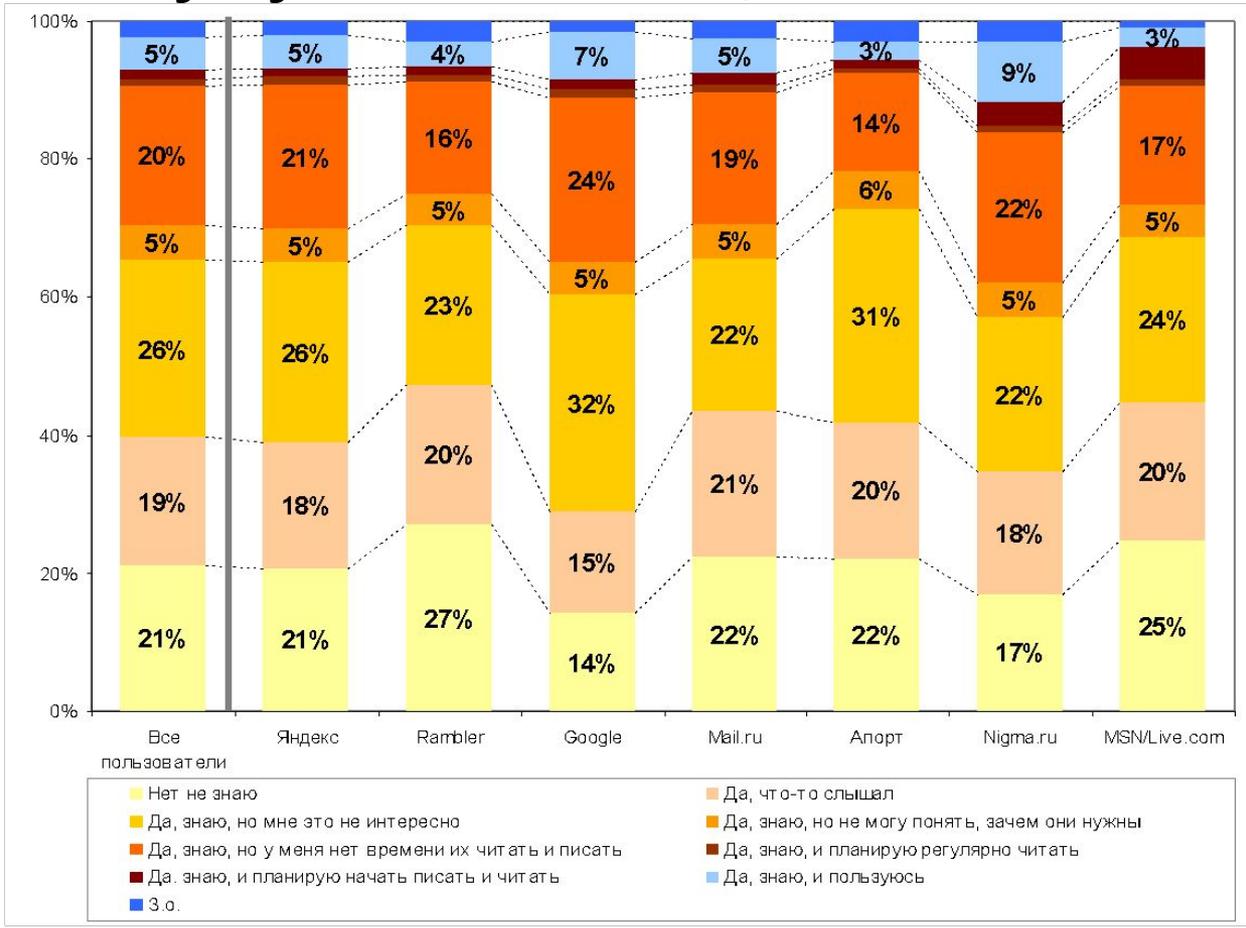
Компания Mail.ru
ул. Пушечная д. 2/6
Тел. (095) 725-63-57

@mail.ru®





На закуску «знаете ли Вы, что такое блог?»



Почти вне зависимости от поисковой машины 70% пользователей, не знают, что такое блоги, зачем они нужны, и что с ними делать, и всего 5% респондентов сознались, что пишут блог. Когда-то так говорили про оптимизацию.