

Человек в интернете: кликающий и покупающий

Павел Лебедев

РИФ+ КИБ 2010

22 апреля 2010

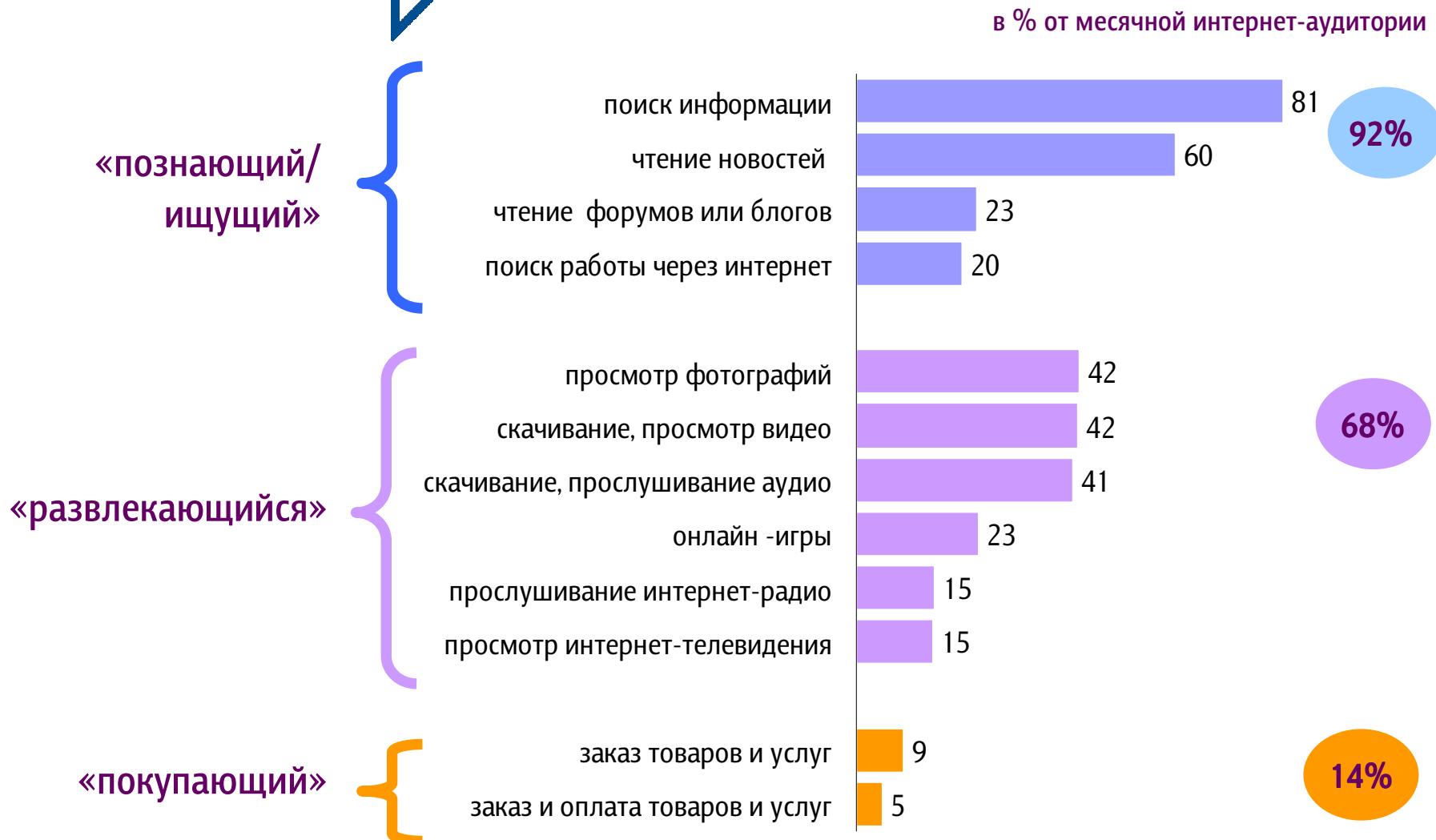


Динамика роста интернет-аудитории



Источник данных: Интернет в России. Зима 2009-2010. Фонд Общественное Мнение.

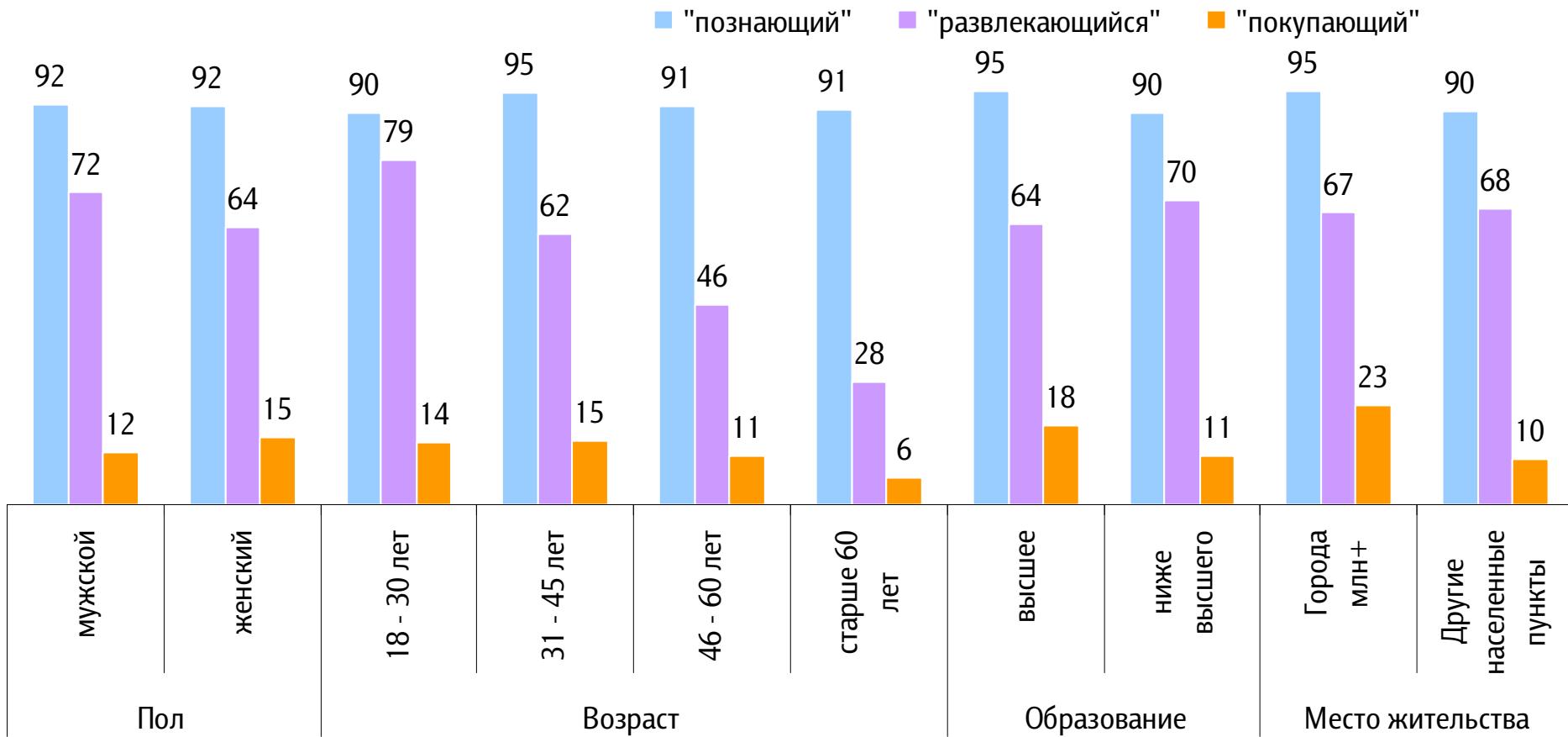
Человек кликающий и....



Источник данных: Фонд Общественное Мнение. Март 2010

«Человек кликающий» в соц. дем группах

в % от месячной интернет-аудитории



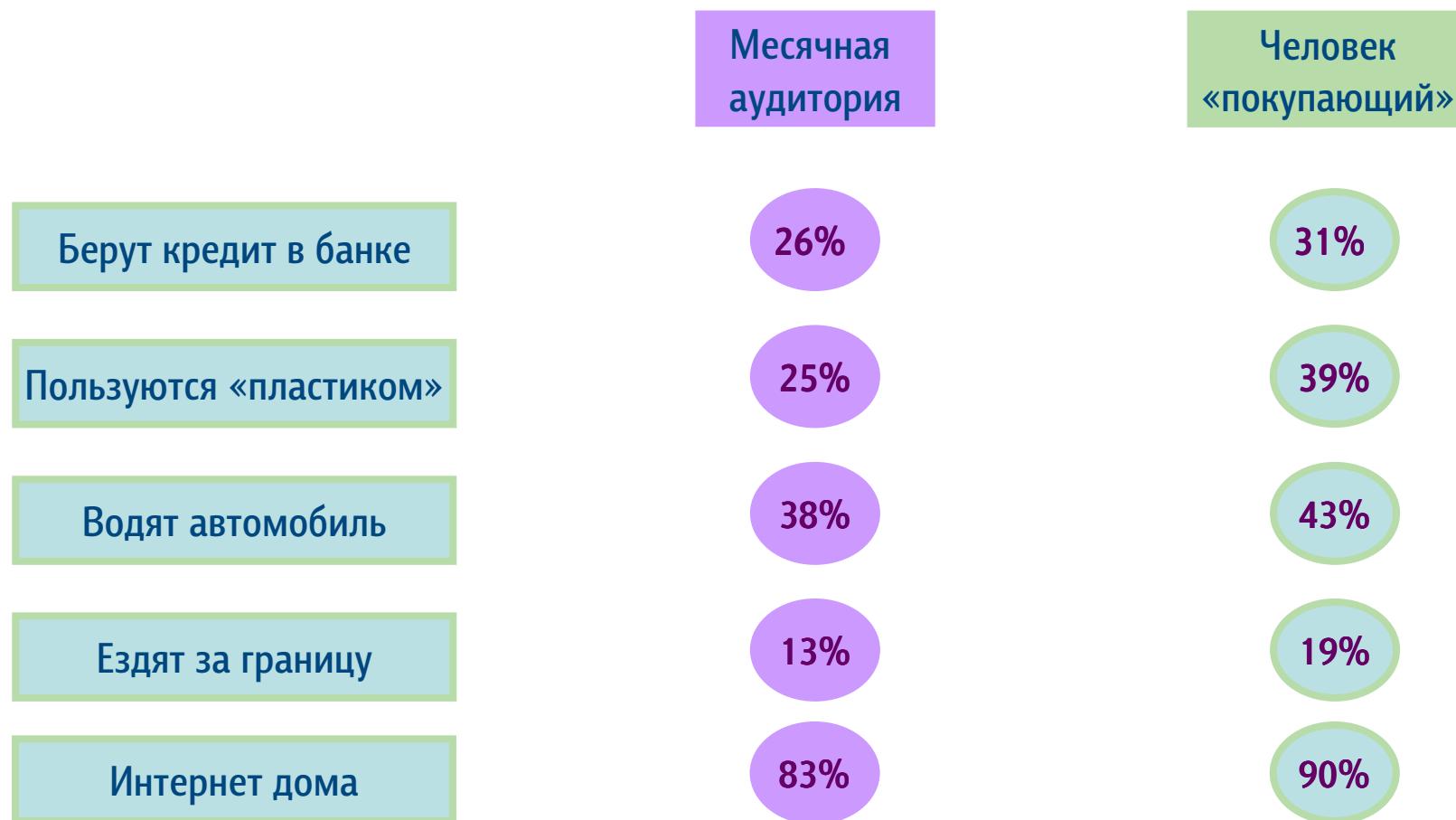
Источник данных: Фонд Общественное Мнение. Март 2010

Социально-демографический портрет



Источник данных: Фонд Общественное Мнение. Март 2010.

Потребительский портрет



Источник данных: Фонд Общественное Мнение. Март 2010.

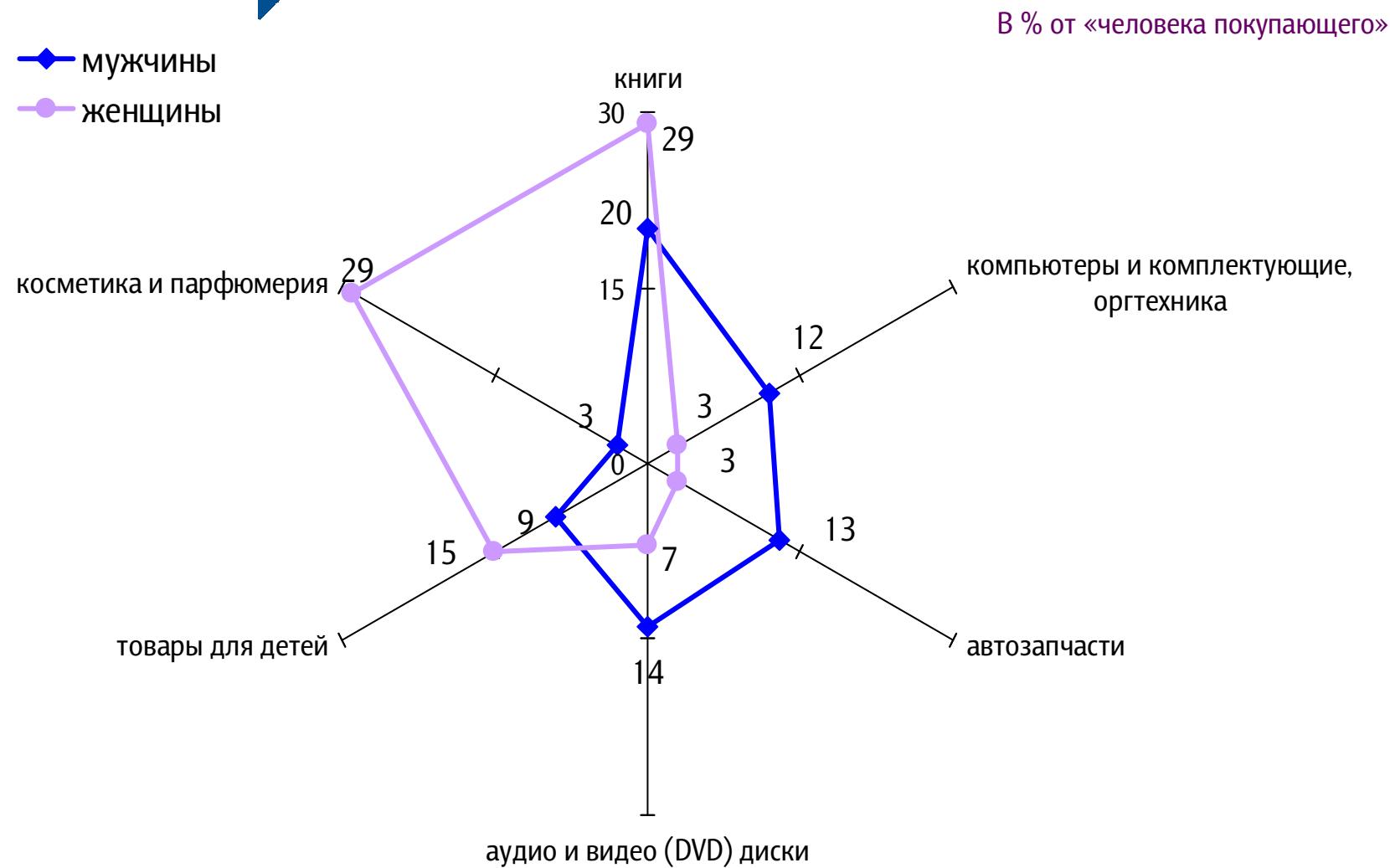
Популярные товары

в % от «человека покупающего»



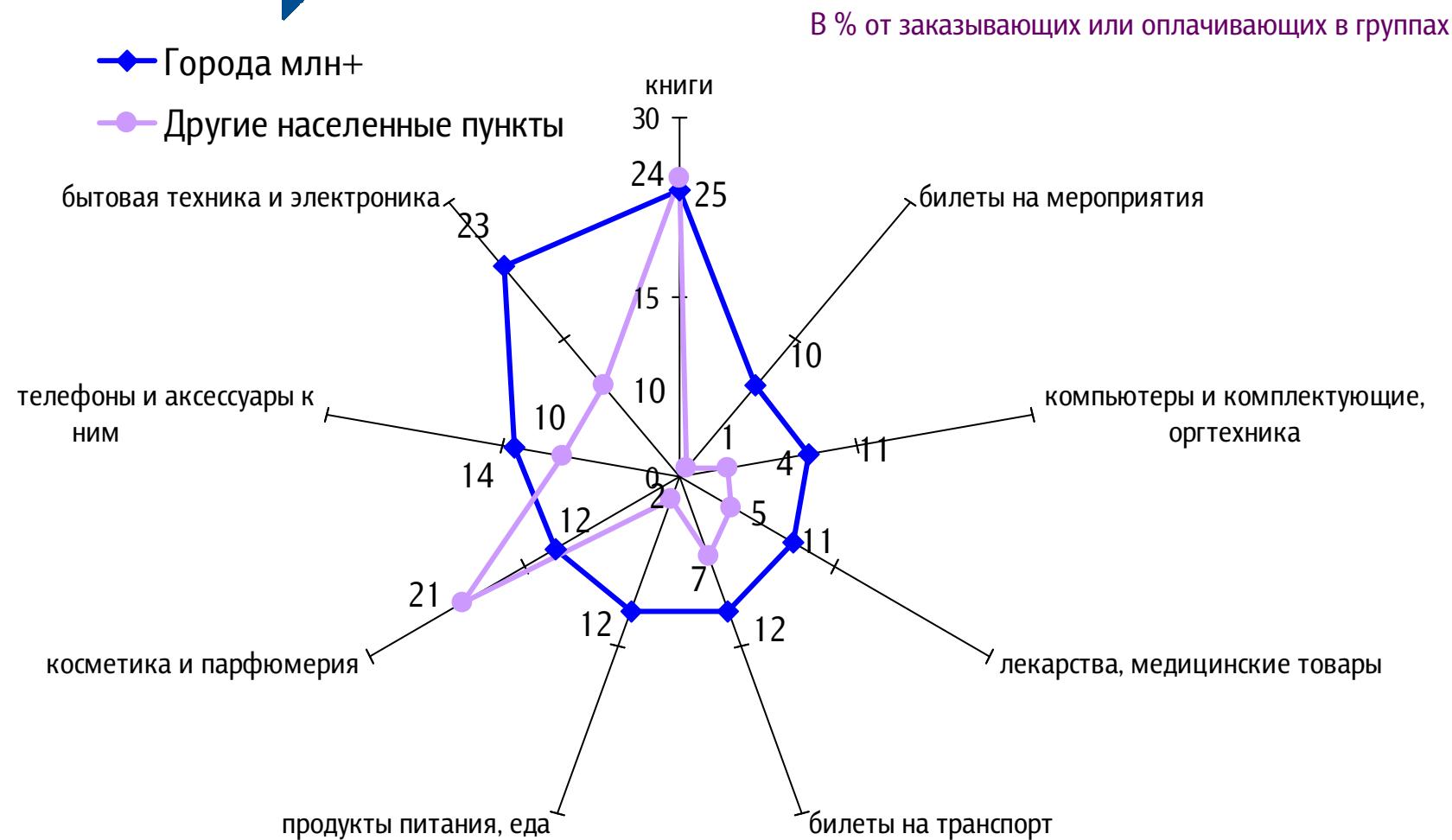
Источник данных: Фонд Общественное Мнение. Март 2010

Гендерные различия



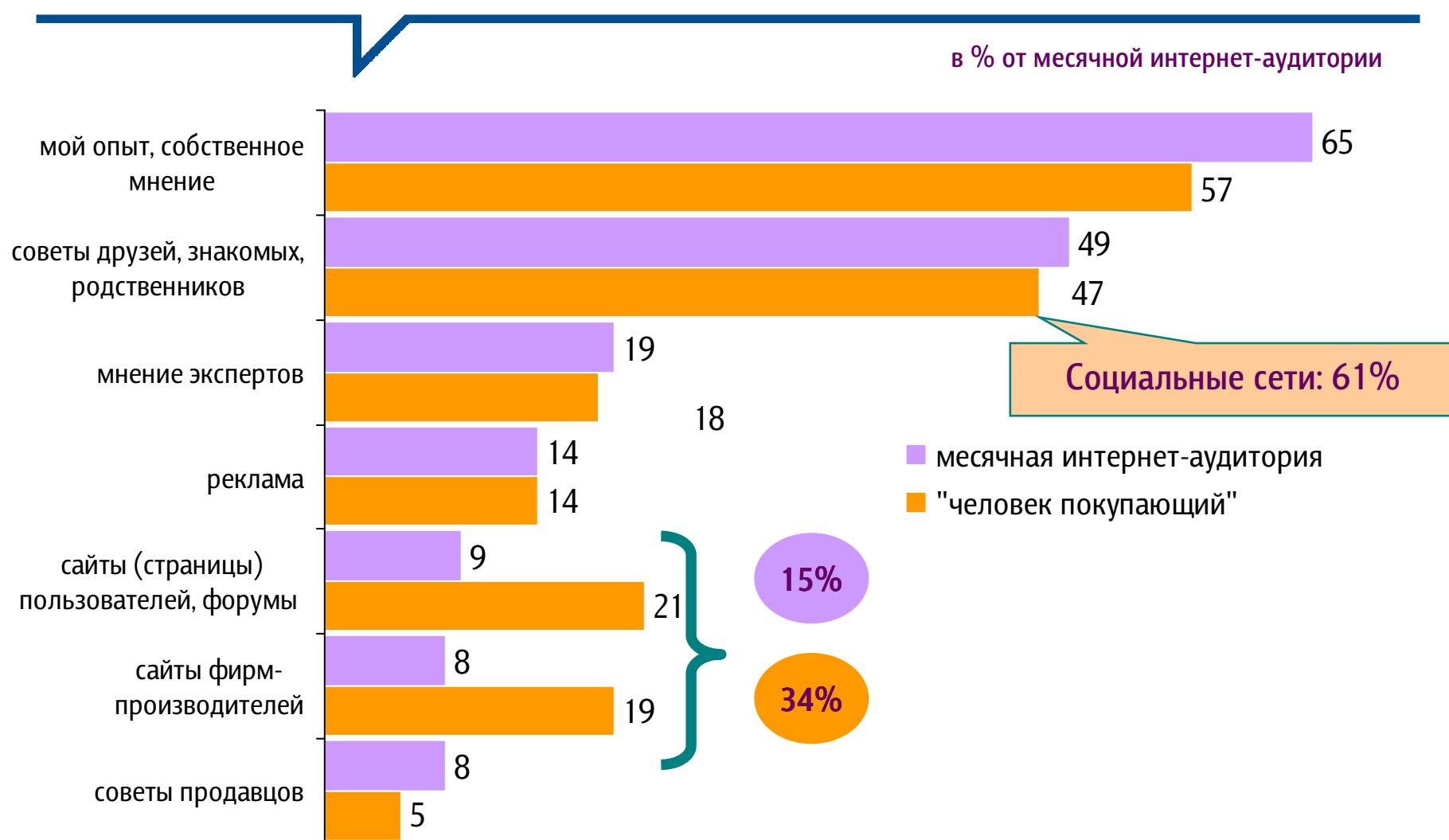
Источник данных: Фонд Общественное Мнение. Март 2010.

Региональные различия



Источник данных: Фонд Общественное Мнение. Март 2010.

Источники информации о товарах и услугах

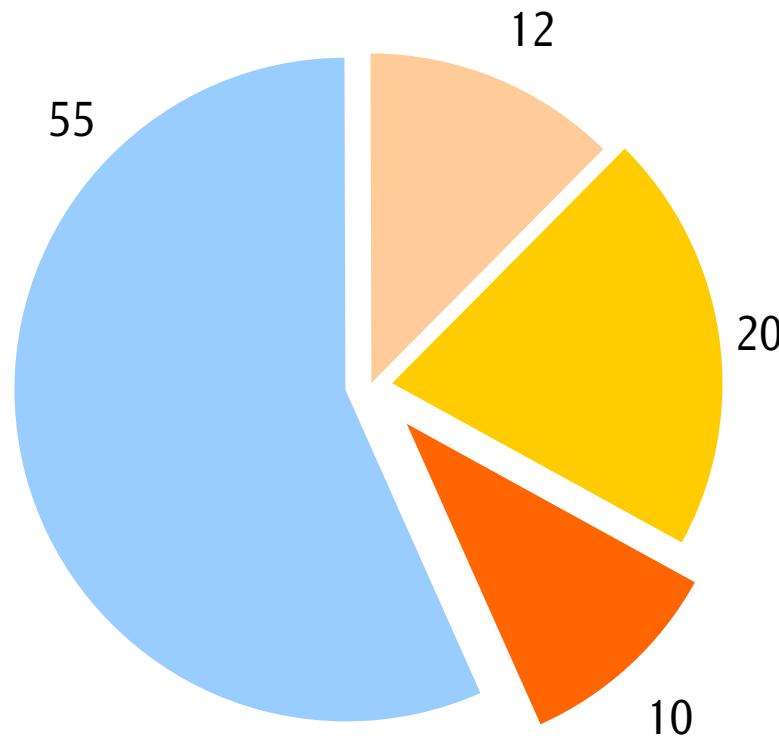


Источник данных: Фонд Общественное Мнение. Март 2010

Поиск информации ≠ покупка

в % от тех, для кого интернет является значимым источником информации о товарах и услугах

- только выбирали товары или услуги
- выбирали и заказывают
- выбирали, заказывали и оплачивали
- не делали ничего из перечисленного за последний месяц



Источник данных: Фонд Общественное Мнение. Март 2010.

Барьеры

в % от месячной интернет-аудитории, не покупающей товары через интернет



Источник данных: Фонд Общественное Мнение. Март 2010

Вопросы?

Павел Лебедев

руководитель проекта «Мир Интернета»

Фонд Общественное Мнение

тел. (+7 495) 745-87-65, доб.: 2224

e-mail: lebedev@fom.ru