

# ММІ Україна 2011

## Українці в соціальних сетях

Підготовлено TNS



2011

tns

## Пользователи Интернет:

Жители городов 50 тыс.+, в возрасте 12-65 лет, которые в анкете на самозаполнение указали, что лично пользовались услугами сети Интернет (кроме как MS Outlook, Outlook Express, Bat и другими почтовыми программами) хотя бы раз за последние полгода



## Регулярные пользователи Интернет:

Пользователи Интернет, которые отметили, что посещают различные сайты в Интернет 2 дня в неделю или чаще



# Основные измерения аудитории Интернет



## Кто и сколько пользуется

Аудитория полугодовая, месячная, недельная, суточная  
Социально-демографические характеристики  
Потребительские привычки  
Стиль жизни  
Психографика



## Когда и сколько пользуются

Медиа расписание дня (будние, выходные дни / часовые промежутки)  
Частота использования  
Длительность использования



## Где пользуются

Место пользования  
Тип подключения домашнего Интернета



## Что ищут, чем пользуются

Пользование службами мгновенного сообщения  
Использование электронной почты  
Цели использования Интернет



## Аудитория интернет-сайтов (поисковые и информационно-новостные сайты/порталы, чаты / блоги / социальные сети, электронные издания / электронные версии печатных изданий)

Количество посещаемых сайтов  
Частота посещения  
Аудитория месячная, недельная, суточная

# Охваты медианосителями за среднюю неделю

Исследование: MMI Украина 2009/2+3 и 2010/2+3

База: население городов Украины 50 000+ в возрасте 12-65 лет

Охват носителей (%)



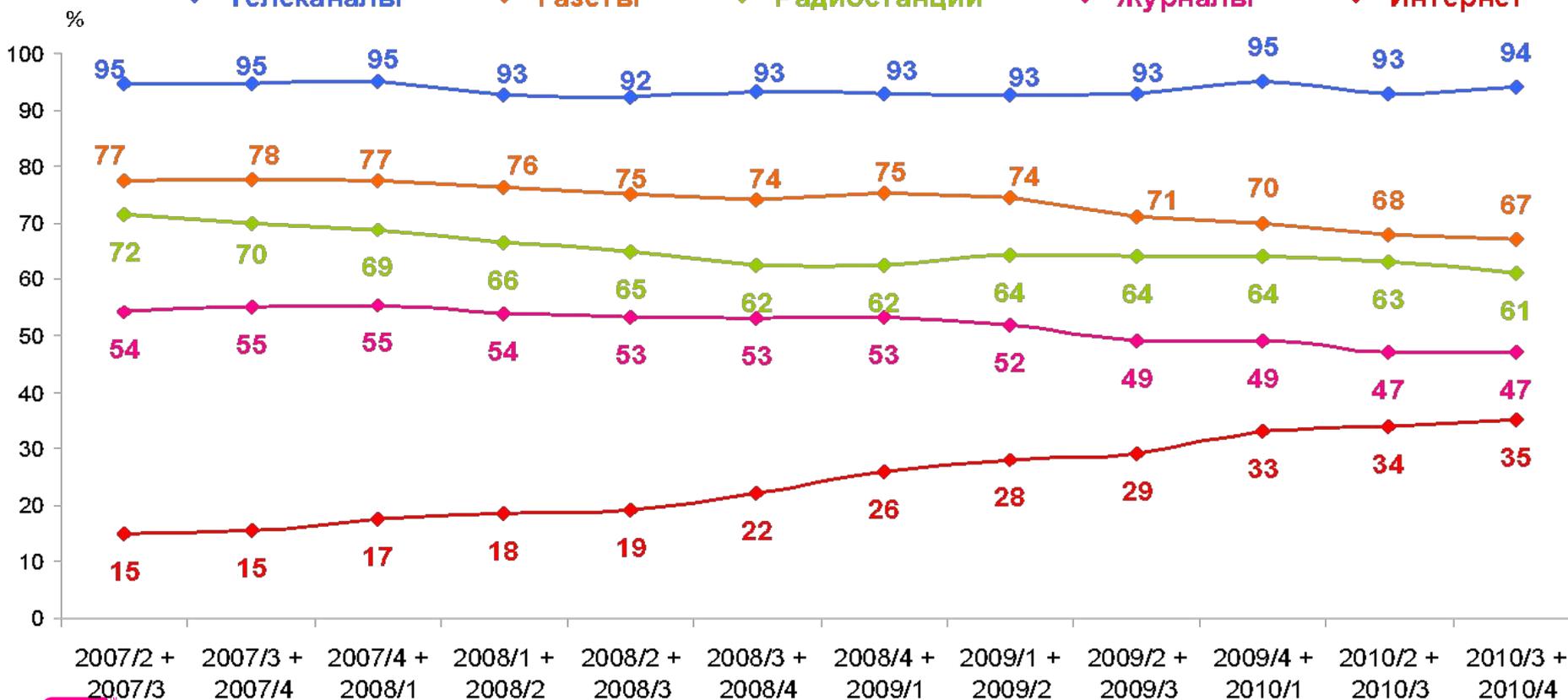
Телеканалы

Газеты

Радиостанции

Журналы

Интернет



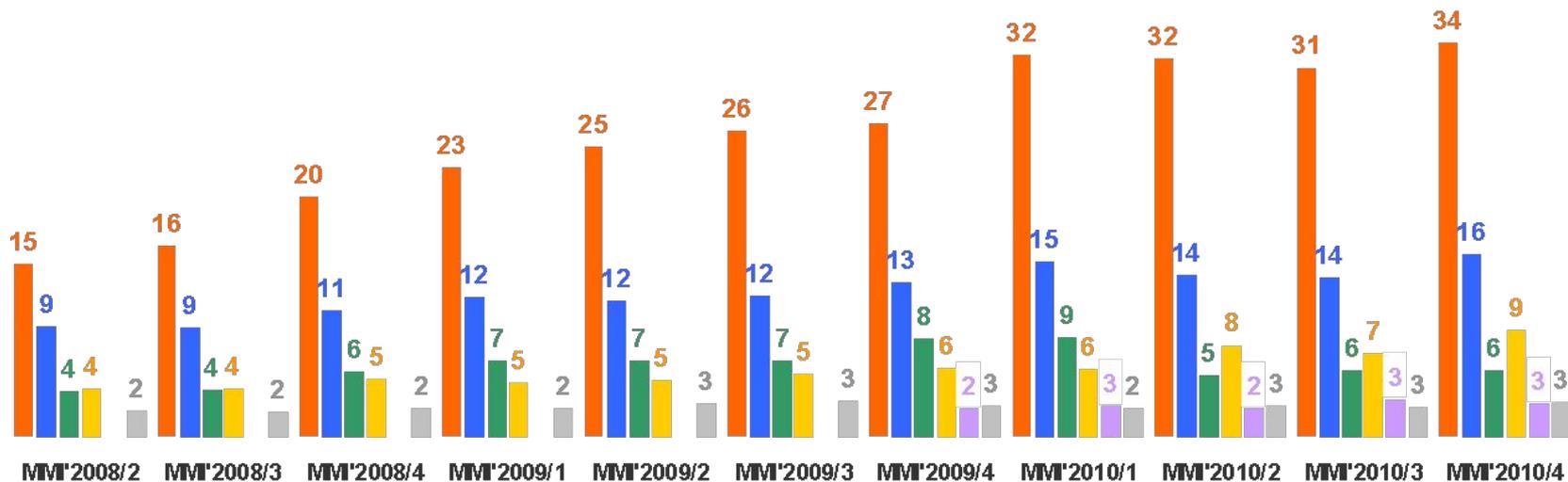
# Где использовали Интернет. Динамика 2008-2010

База: респонденты, проживающие в городах Украины с населением 50000+, в возрасте 12-65 лет



% доля пользователей Интернет\*:

- Дома
- На работе/учебе
- У знакомых, родственников
- В Интернет-клубе / Интернет-кафе
- В общественных местах, где есть Wi-Fi (кафе, рестораны и т.д.)
- В другом месте



\*использовали Интернет дома, или на работе, учебе, или в Интернет-клубе, Интернет-кафе, или в др. месте

*Вопрос: Пользовались ли Вы лично услугами сети ИНТЕРНЕТ за последние 6 месяцев? (!!! Пользование электронной почтой (MS Outlook, Outlook Express, Bat и другими почтовыми программами) не является использованием Интернет!!!)*

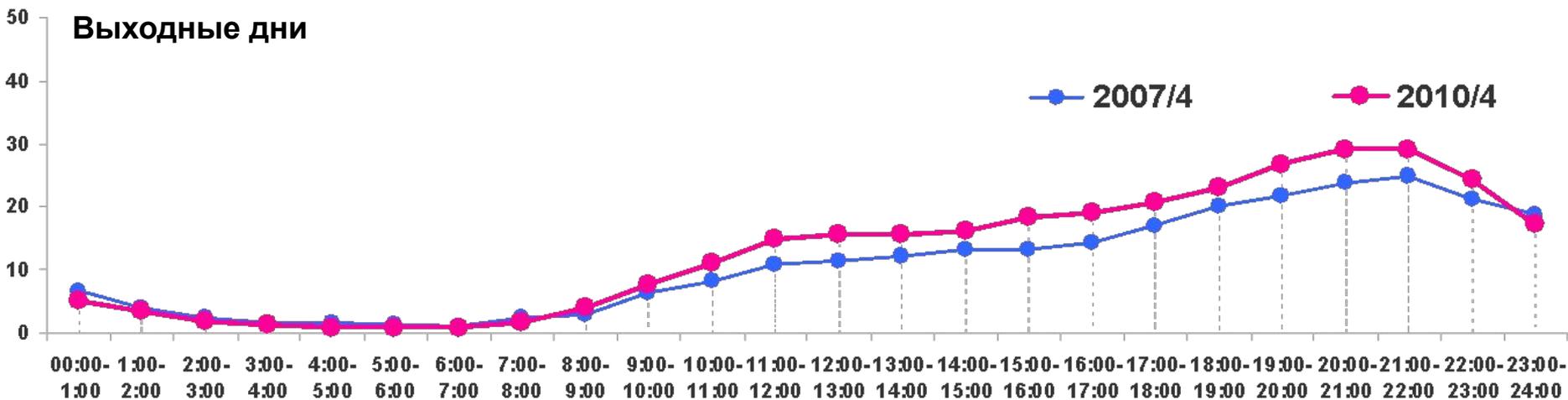
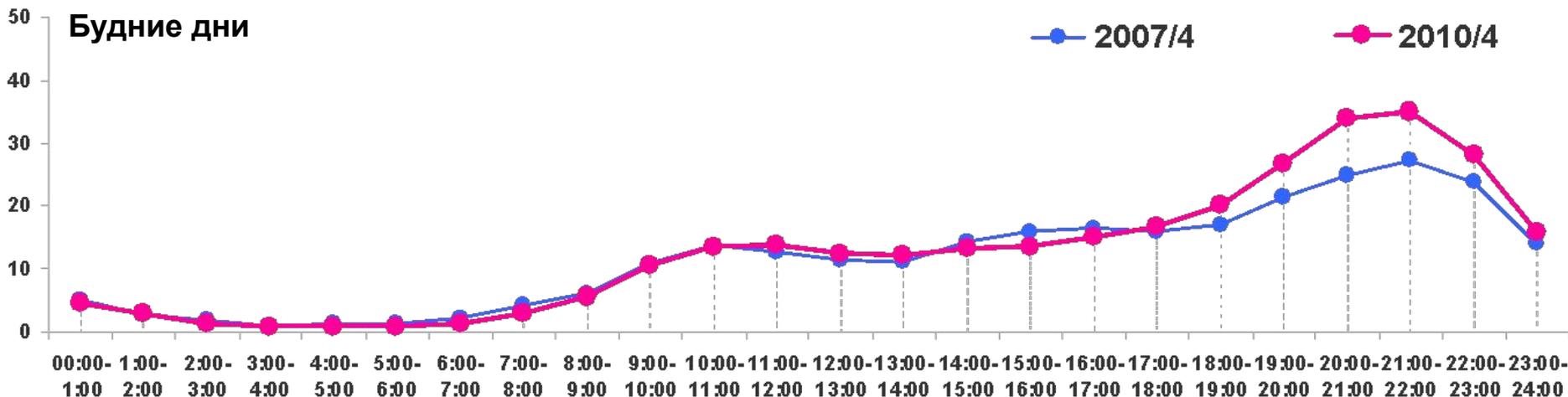


# Использование INTERNET на протяжении дня. Динамика

ММІ Украина

База: регулярные INTERNET-пользователи

средняя длительность использования INTERNET  
за день - 119 минут

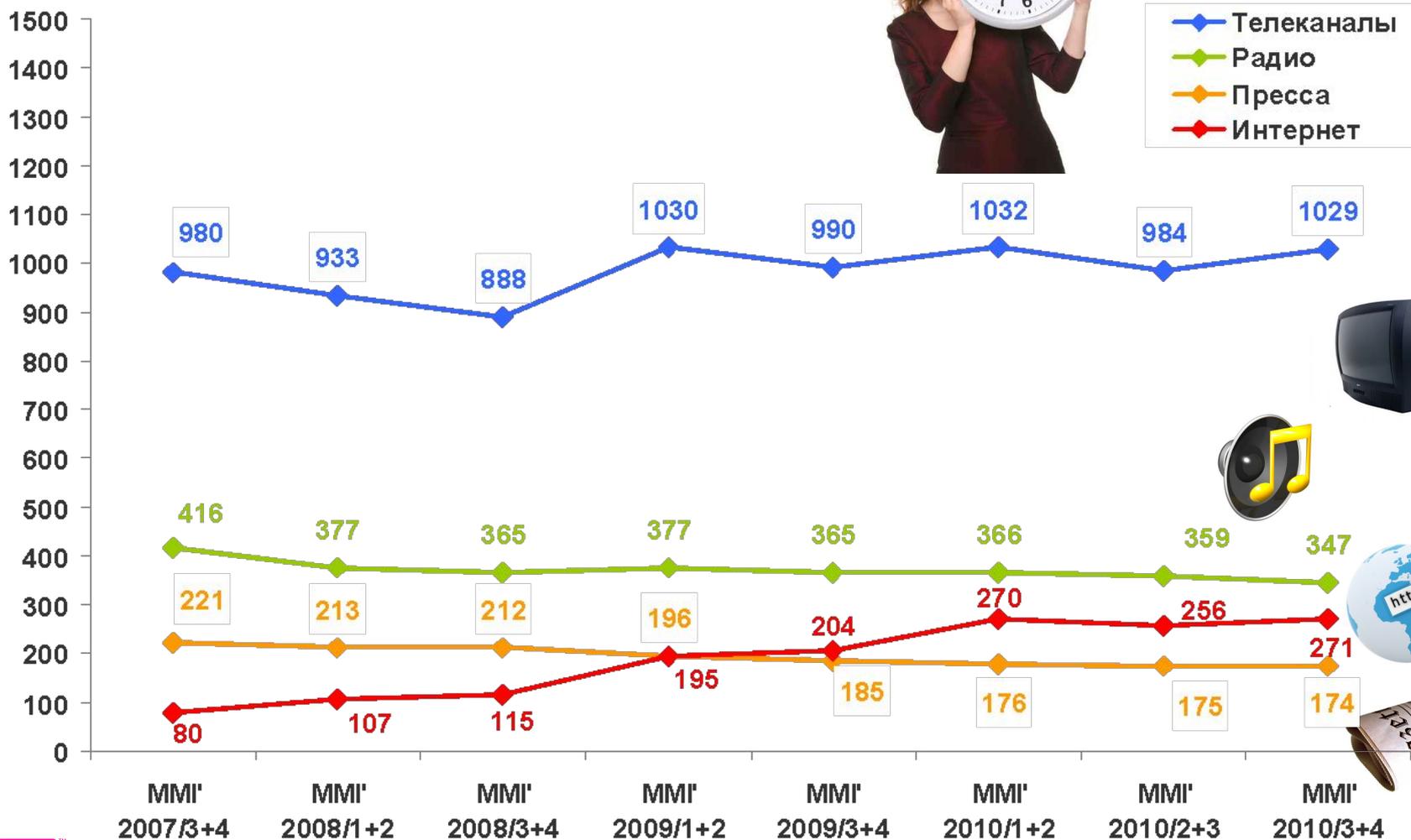


# Длительность контактов с медианосителями

Исследование: MMI Украина 2007/3+4 - 2010/3+4

База: население городов Украины 50 000+ в возрасте 12-65 лет

Минут (в среднем за неделю)



# Пересечение аудитории Интернет и ТВ / Радио, молодежь 12-29 лет

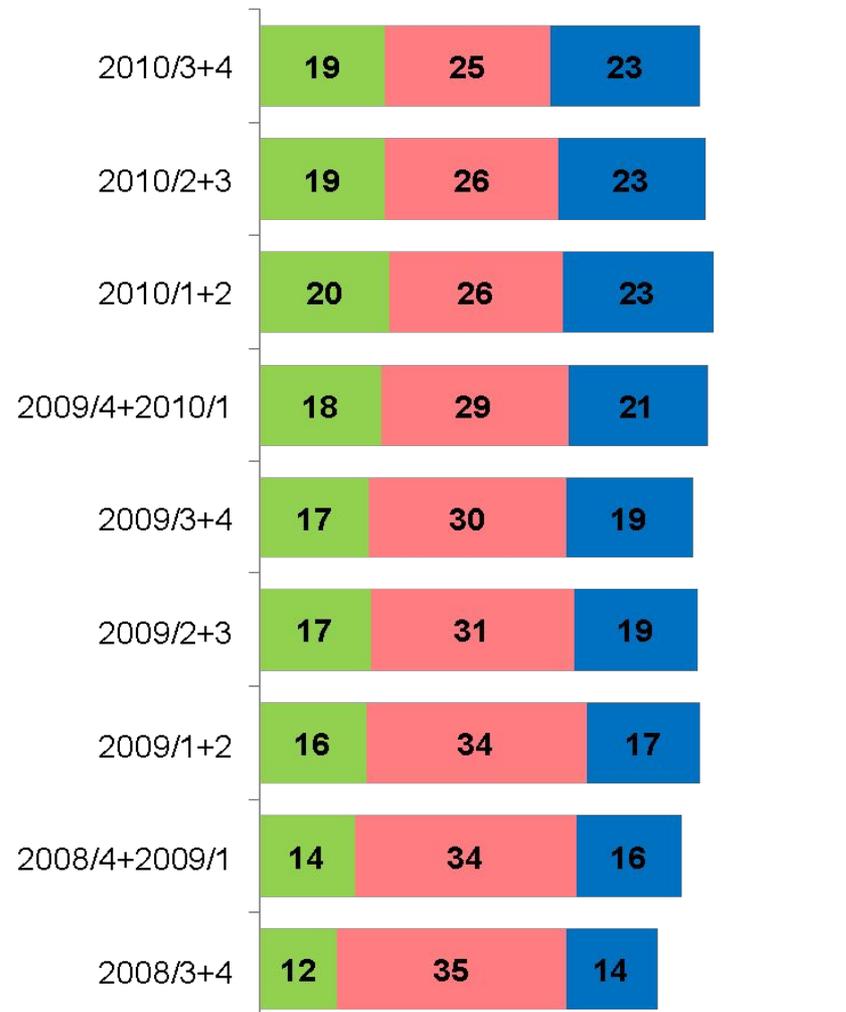
ММІ Украина'2010/3+4

База: респонденты, проживающие в городах Украины с населением 50000+, в возрасте 12-29 лет

## Интернет и ТВ



## Интернет и Радио



© TNS 2011

■ Смотрят ТВ и пользуются Интернет  
■ Смотрят ТВ и не пользуются Интернет  
■ Пользуются Интернет и не смотрят ТВ

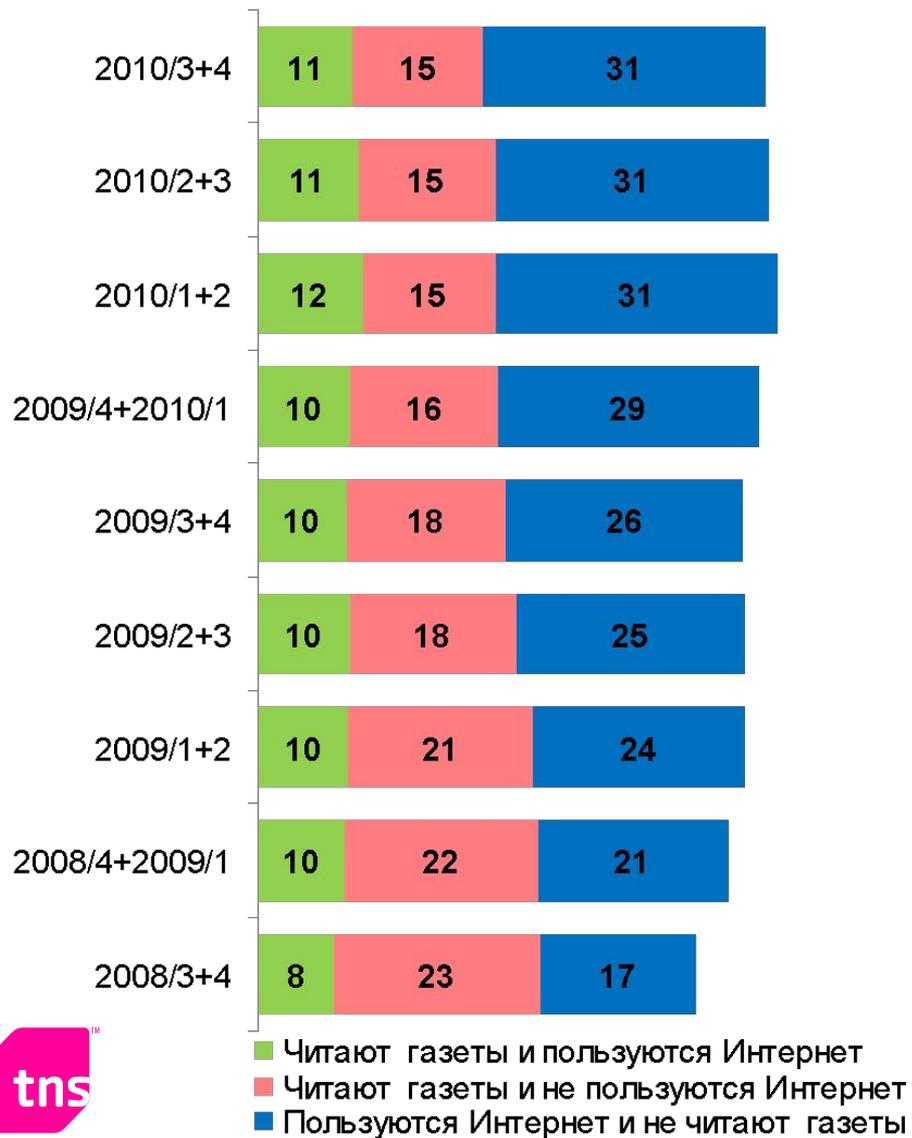
■ Слушают радио и пользуются Интернет  
■ Слушают радио и не пользуются Интернет  
■ Пользуются Интернет и не слушают радио

# Пересечение аудитории Интернет и Газет\* / Журналов\*\*, молодежь 12-29 лет

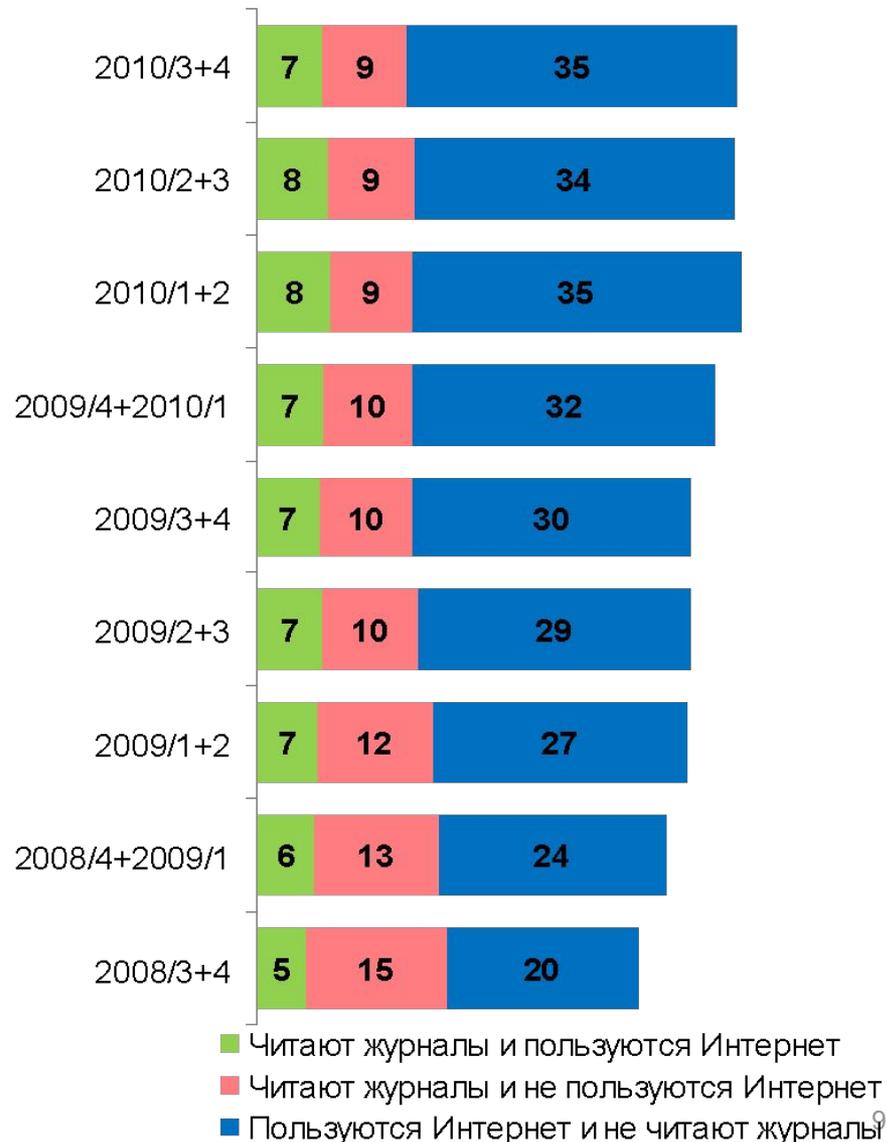
MMI Украина'2010/3+4

База: респонденты, проживающие в городах Украины с населением 50000+, в возрасте 12-29 лет

## Интернет и Ежедневные газеты



## Интернет и Еженедельные газеты



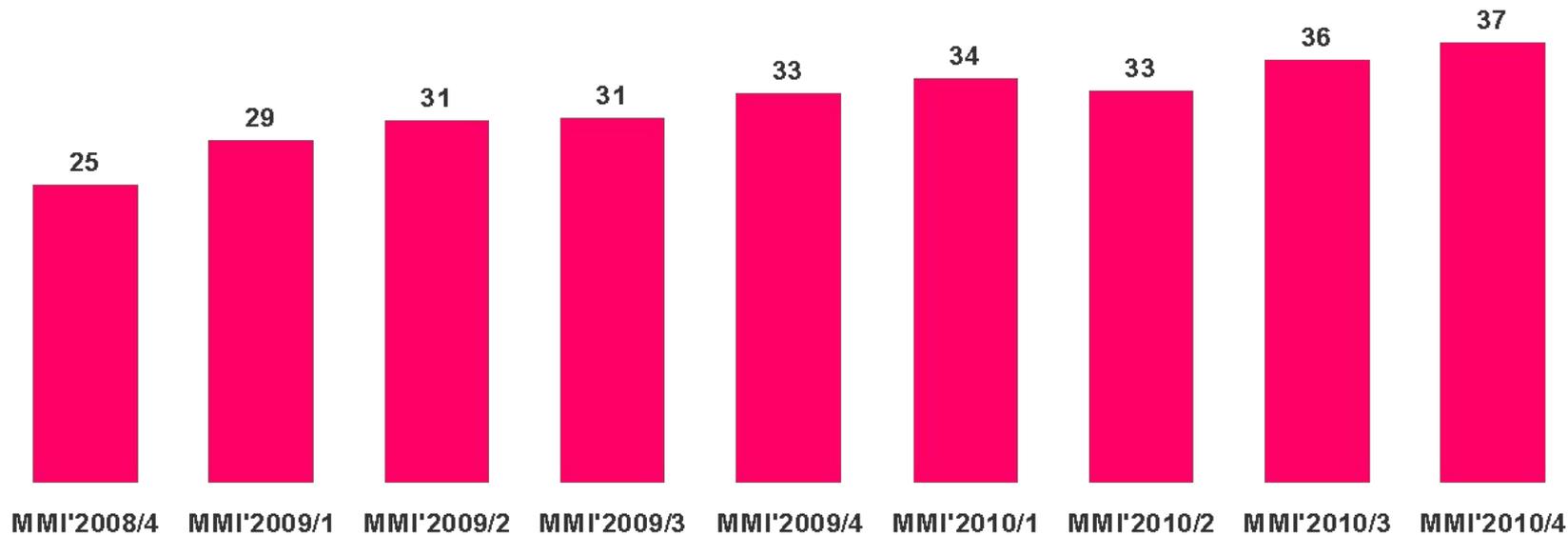
# Использование социальных сетей. Динамика 2008-2010

MMI Украина'2010/4

База: регулярные пользователи Интернет

Среднесуточная аудитория сайтов

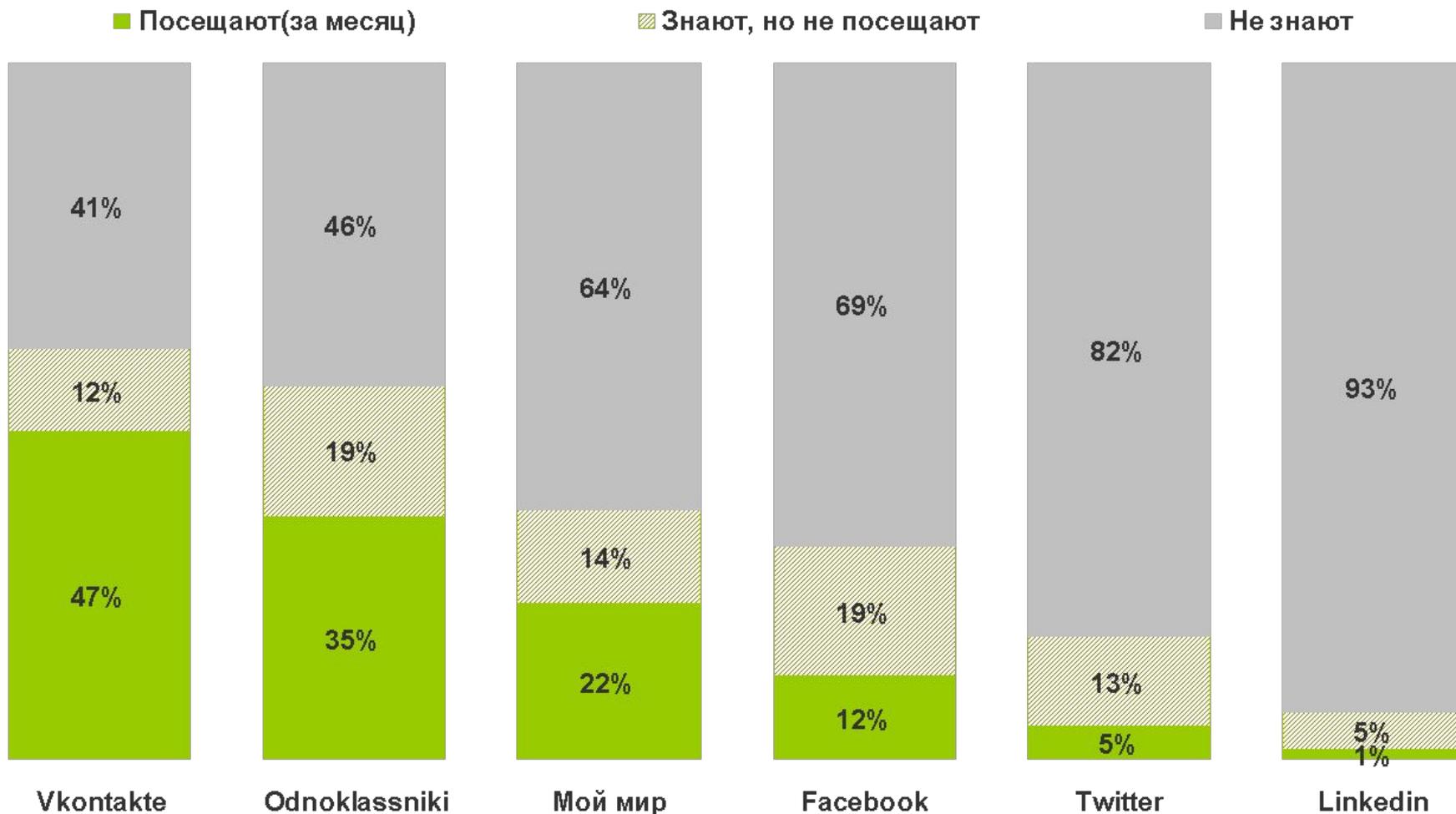
■ Использование социальных сетей, %



# Знание / посещение социальных сетей

ММІ Україна'2010/4

База: регулярные пользователи Интернет





**Vkontakte,  
Odnoklassniki,  
Facebook**

# Демографический профиль пользователей сайтов

ММІ Украина'2010/3+4

База: население 12-65 лет, жители городов 50000+

Среднесуточная аудитория сайтов

**В КОНТАКТЕ**

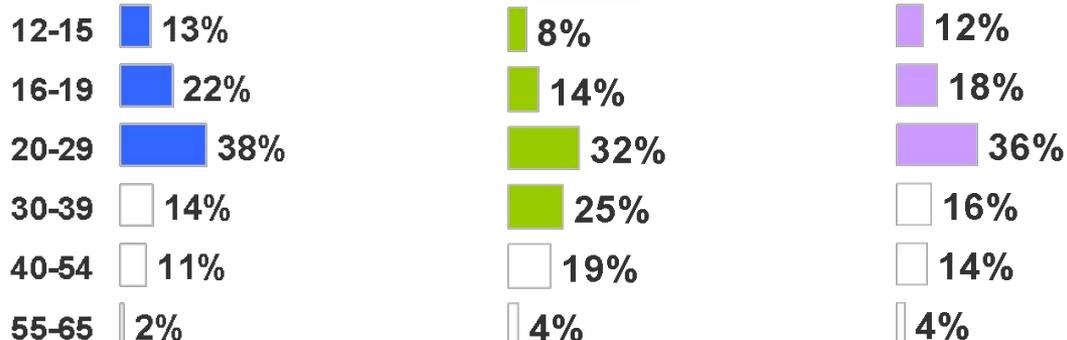


**facebook**

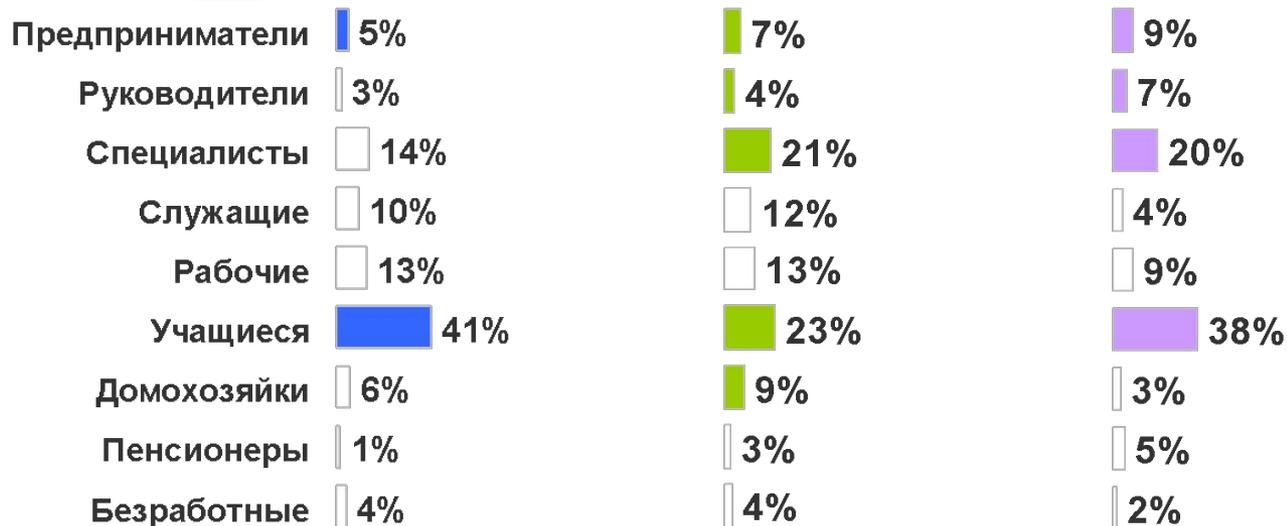
## ПОЛ



## ВОЗРАСТ



## РОД ЗАНЯТИЙ



© TNS 2011

цветом выделены группы для которых Conversion Index >= 110

# Демографический профиль пользователей сайтов

ММІ Украина'2010/3+4

База: население 12-65 лет, жители городов 50000+

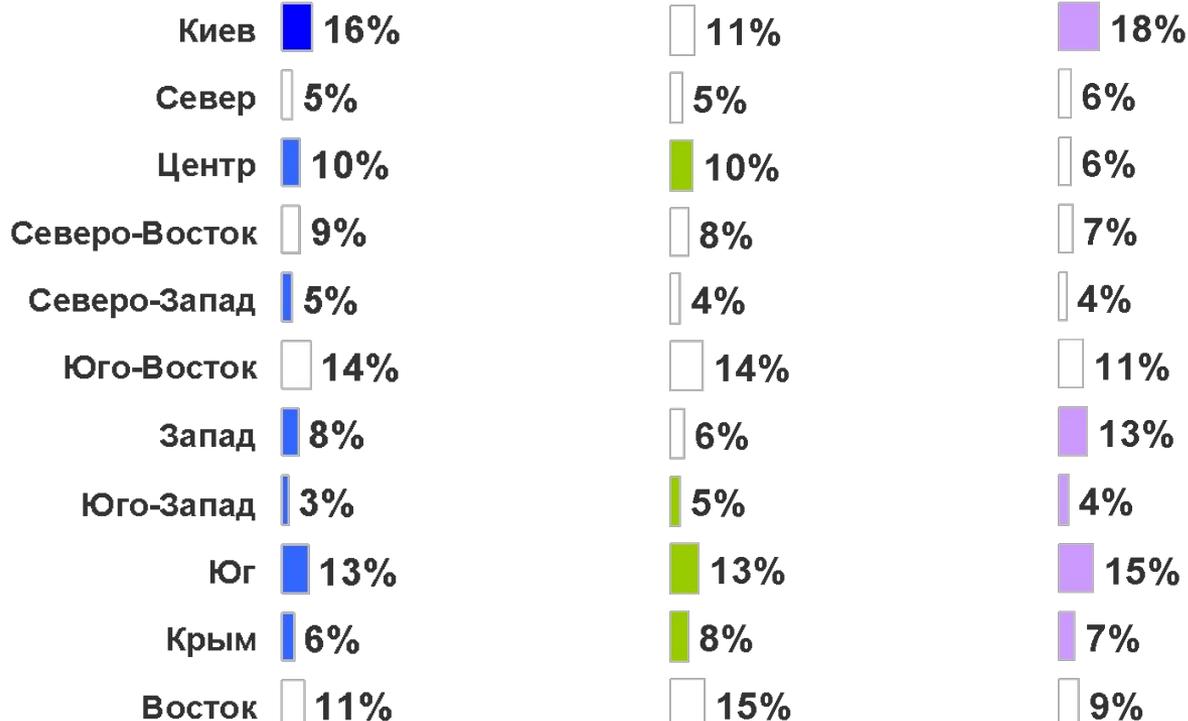
Среднесуточная аудитория сайтов

**В КОНТАКТЕ**



**facebook**

РЕГИОН



ТИП ГОРОДА



© TNS 2011

цветом выделены группы для которых Conversion Index >= 110

# Потребительский профиль пользователей сайтов

ММІ Украина'2010/3+4

База: население 16-65 лет, жители городов 50000+

Среднесуточная аудитория сайтов

**В КОНТАКТЕ**



**facebook**

**СТАТУСНО-ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ СЛОЙ**

Статусно-потребительские слои	В КОНТАКТЕ	одноклассники.ru	facebook
Высший средний слой	22%	25%	32%
Средний слой	31%	31%	24%
Нижний средний слой	42%	39%	36%
Слой ниже среднего	6%	5%	8%

**ДОХОД НА ЧЕЛОВЕКА В МЕСЯЦ**

Доход на человека в месяц	В КОНТАКТЕ	одноклассники.ru	facebook
6000 грн и более	9%	10%	13%
4000-5999 грн	14%	16%	12%
2500-3999 грн	24%	26%	20%
1500-2499 грн	34%	31%	34%
1499 грн и менее	18%	16%	19%

**ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ НАСТРОЕНИЯ**

Потребительские настроения	В КОНТАКТЕ	одноклассники.ru	facebook
Пессимисты-реалисты	13%	15%	11%
Тревожные пессимисты	4%	5%	4%
Растерянные	24%	26%	29%
Беззаботные	17%	17%	12%
Убежденные оптимисты	13%	15%	15%
Оптимисты-борцы	28%	22%	29%

цветом выделены группы для которых Conversion Index >= 110



# Пользователи Vkontakte: социокультурный профиль

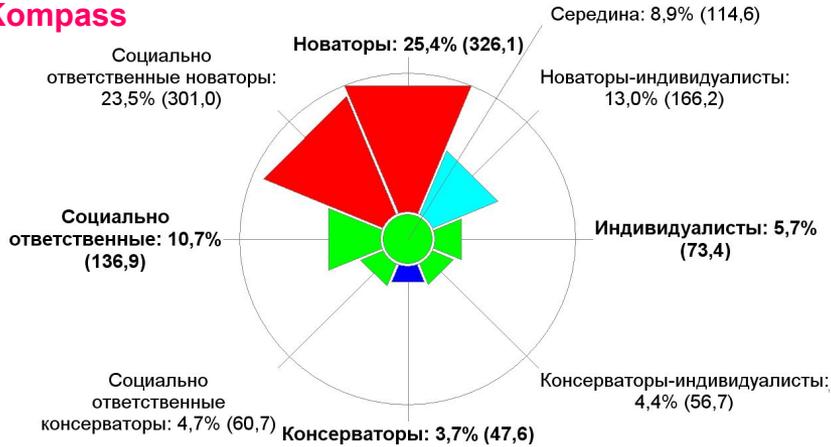
MMI Украина'2010/3+4

База: регулярные пользователи Интернет

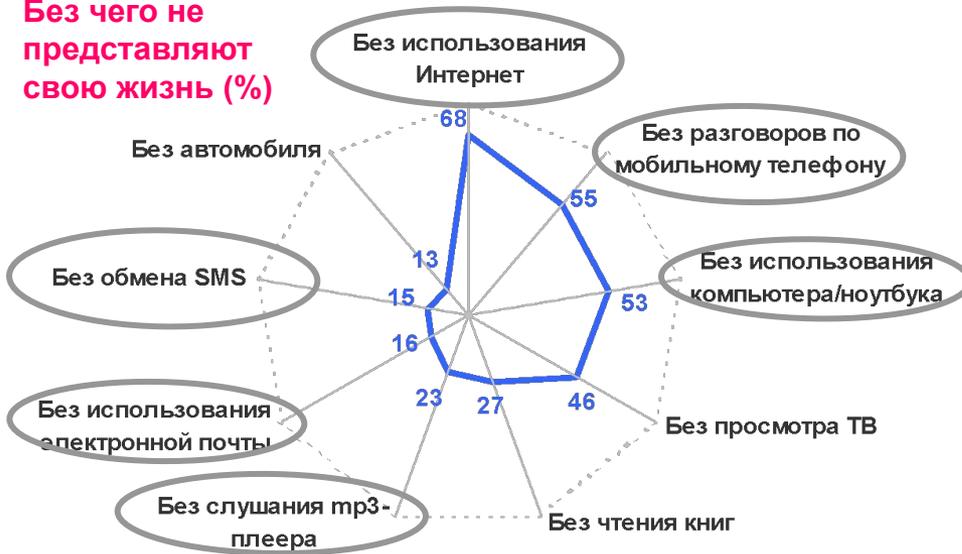


Среднесуточная аудитория сайтов

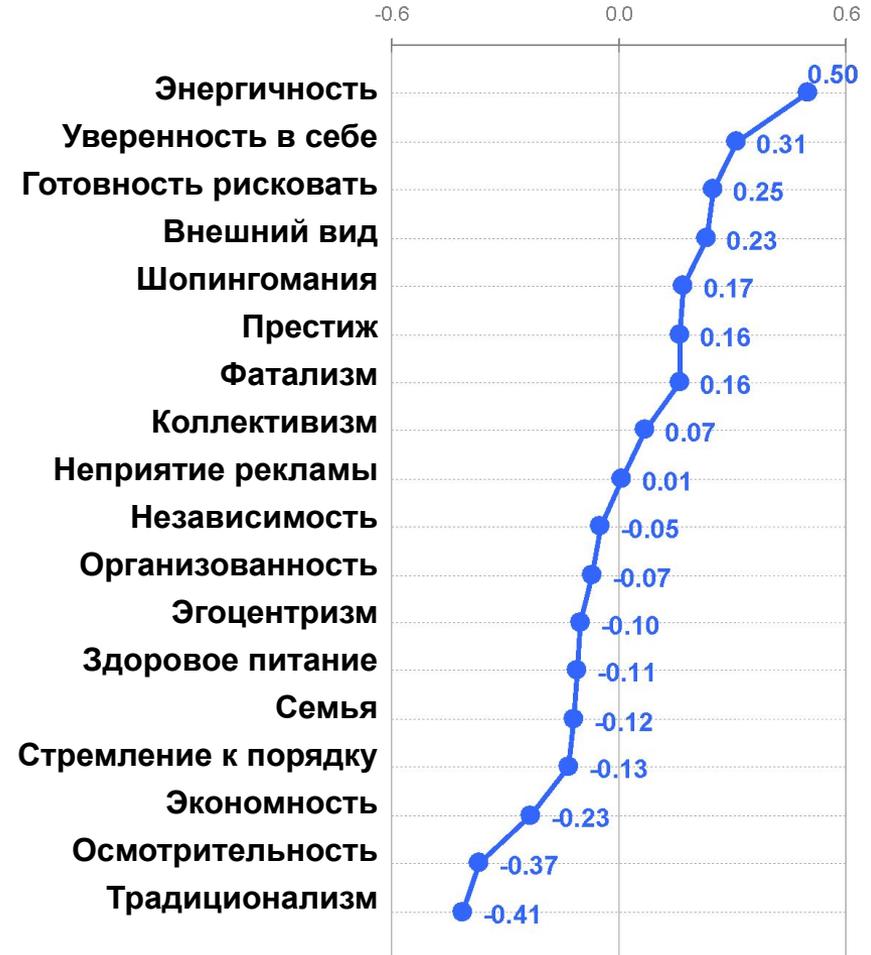
## Комpass



## Без чего не представляют свою жизнь (%)



## Пользователи Vkontakte



цветом выделены группы для которых Conversion Index >= 110

# Пользователи Odnoklassniki: социокультурный профиль

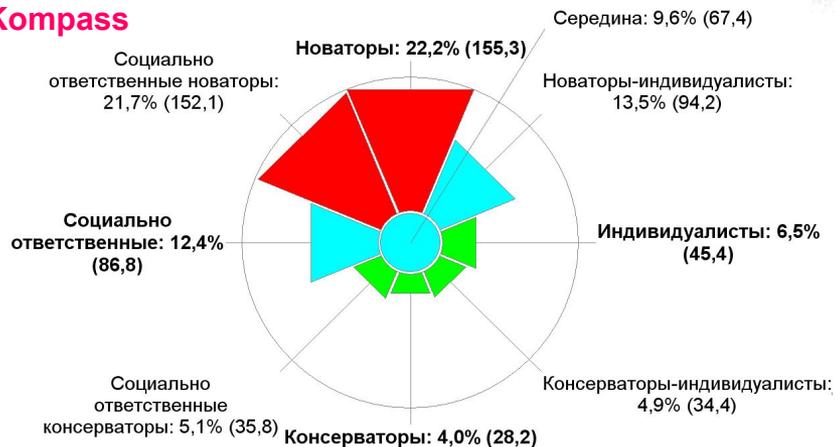
ММИ Украина'2010/3+4

База: регулярные пользователи Интернет

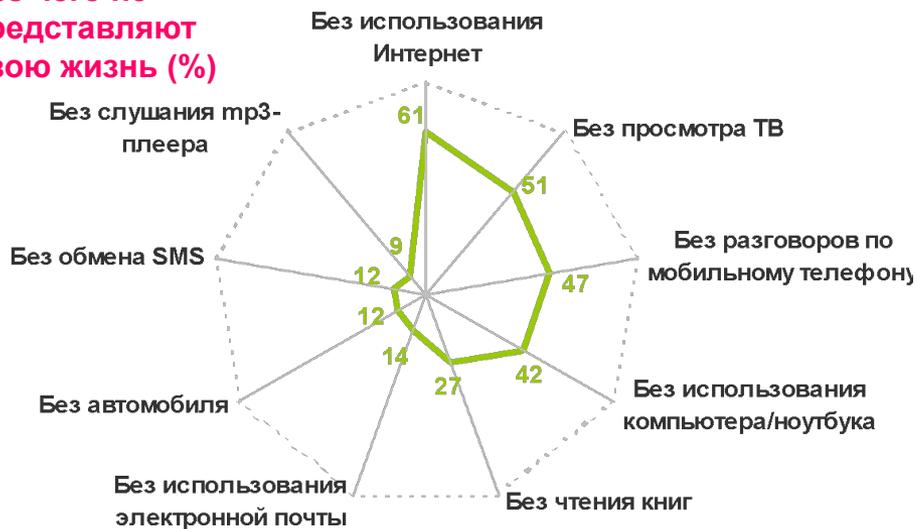


Среднесуточная аудитория сайтов

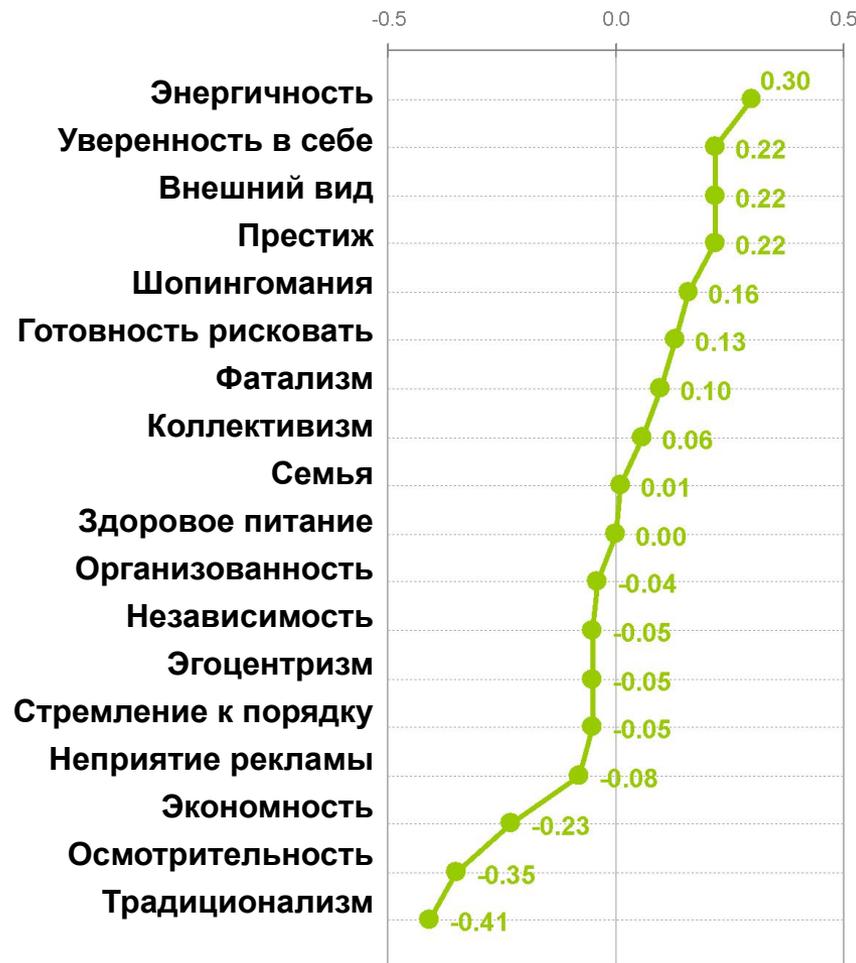
## Комpass



## Без чего не представляют свою жизнь (%)



## Пользователи Odnoklassniki



цветом выделены группы для которых Conversion Index >= 110

# Пользователи Facebook: социокультурный профиль

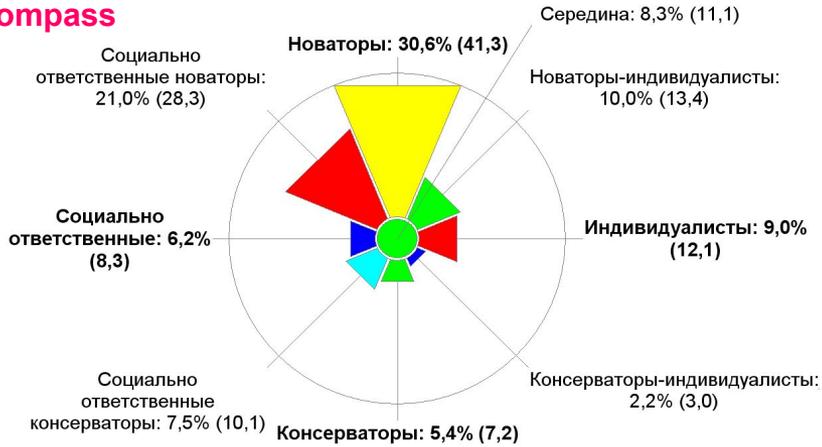
ММІ Украина'2010/3+4

База: регулярные пользователи Интернет

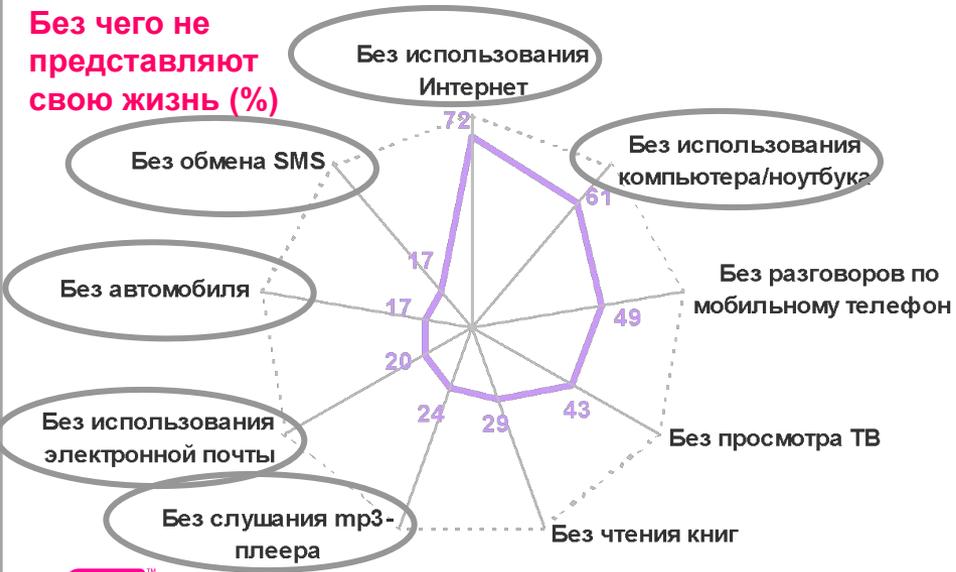


Среднесуточная аудитория сайтов

## Комpass

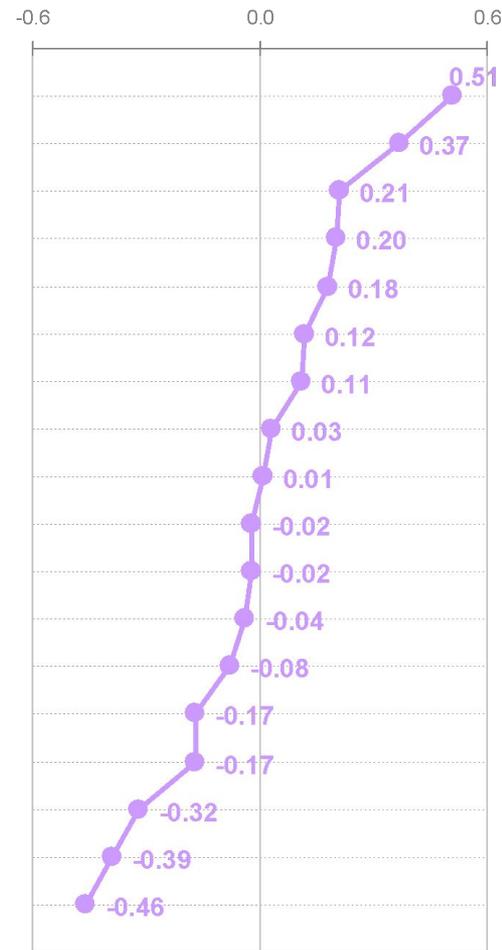


## Без чего не представляют свою жизнь (%)



## Пользователи Facebook

- Энергичность
- Уверенность в себе
- Престиж
- Готовность рисковать
- Внешний вид
- Фатализм
- Коллективизм
- Независимость
- Шопингомания
- Организованность
- Здоровое питание
- Неприятие рекламы
- Стремление к порядку
- Эгоцентризм
- Семья
- Экономность
- Традиционализм
- Осмотрительность



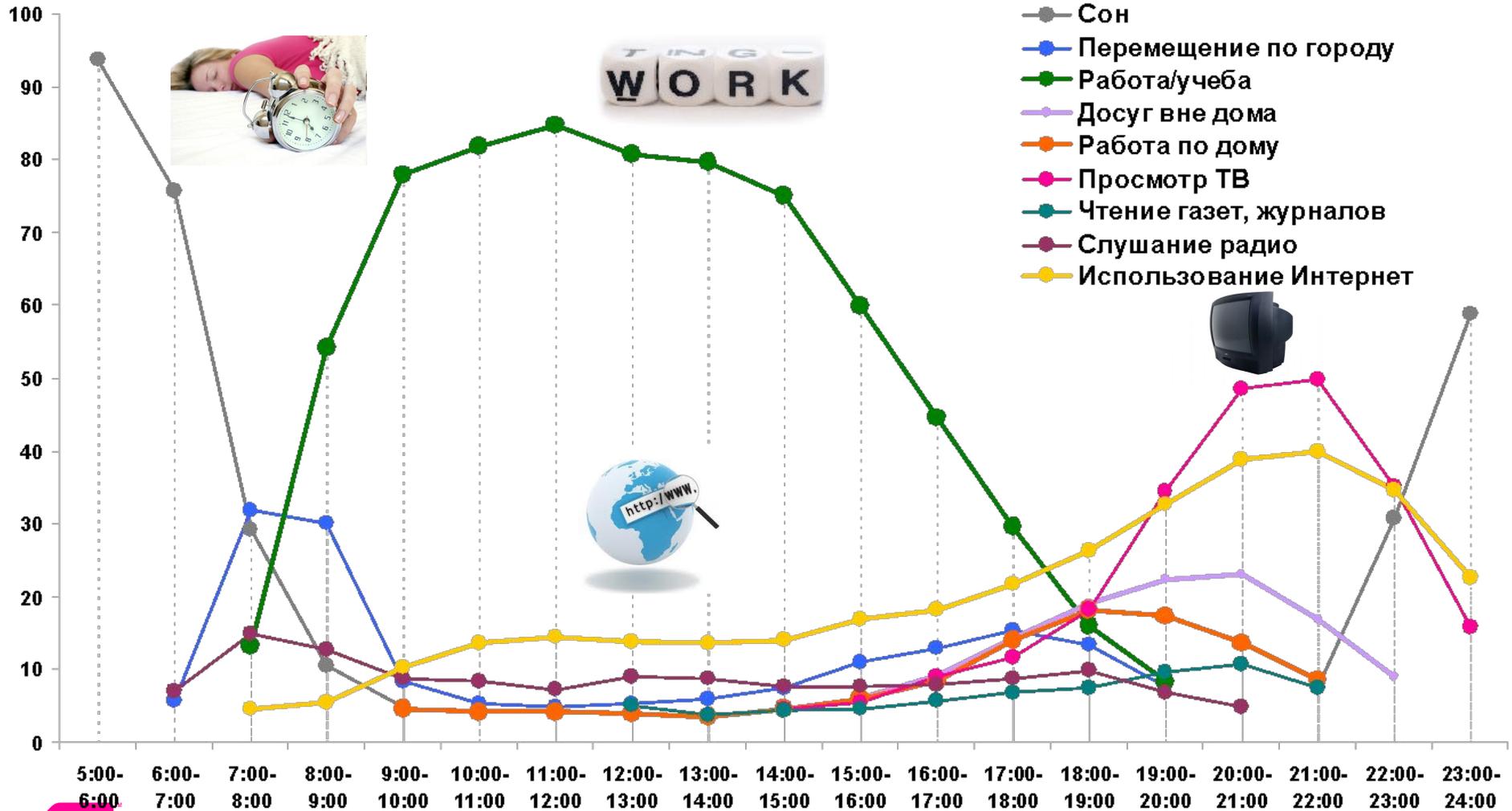
цветом выделены группы для которых Conversion Index >= 110

# Пользователи Vkontakte: обычный будний день

База: регулярные пользователи интернет  
% активности менее 5% не отображены на графике

**В КОНТАКТЕ**

Среднесуточная аудитория сайтов

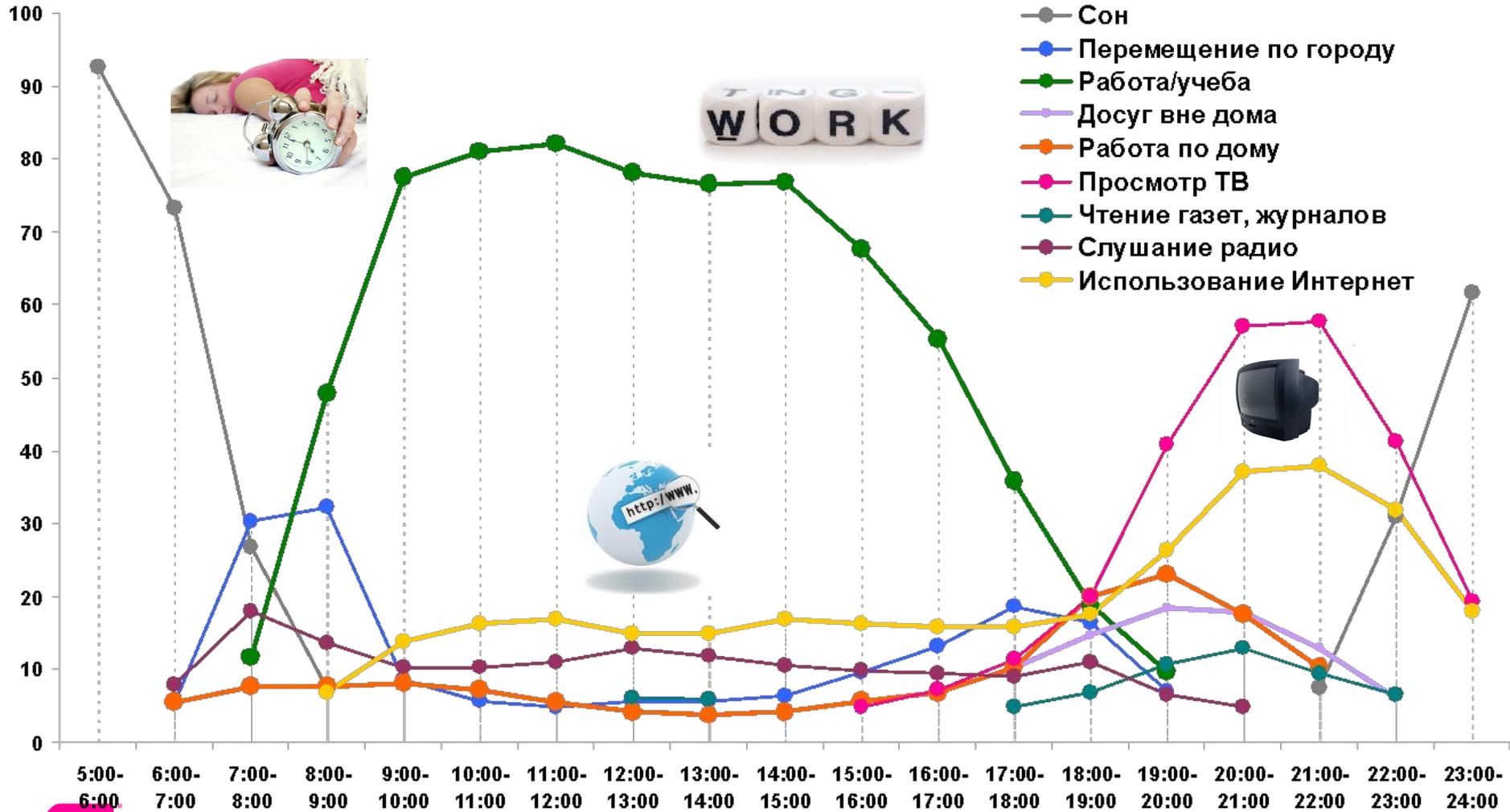


# Пользователи Odnoklassniki: обычный будний день

База: регулярные пользователи интернет  
% активности менее 5% не отображены на графике



Среднесуточная аудитория сайтов

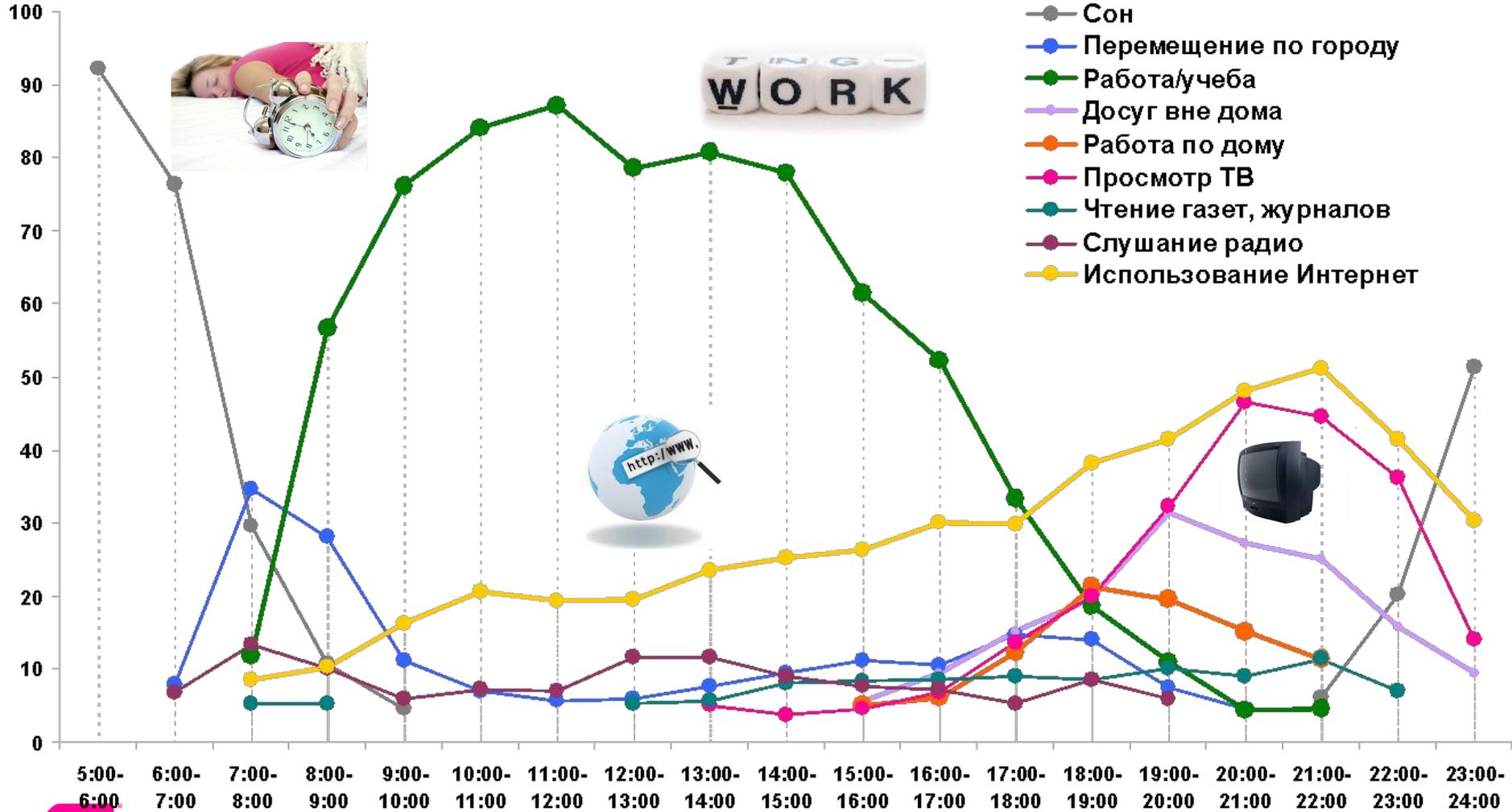


# Пользователи Facebook: обычный будний день

База: регулярные пользователи интернет  
% активности менее 5% не отображены на графике



Среднесуточная аудитория сайтов

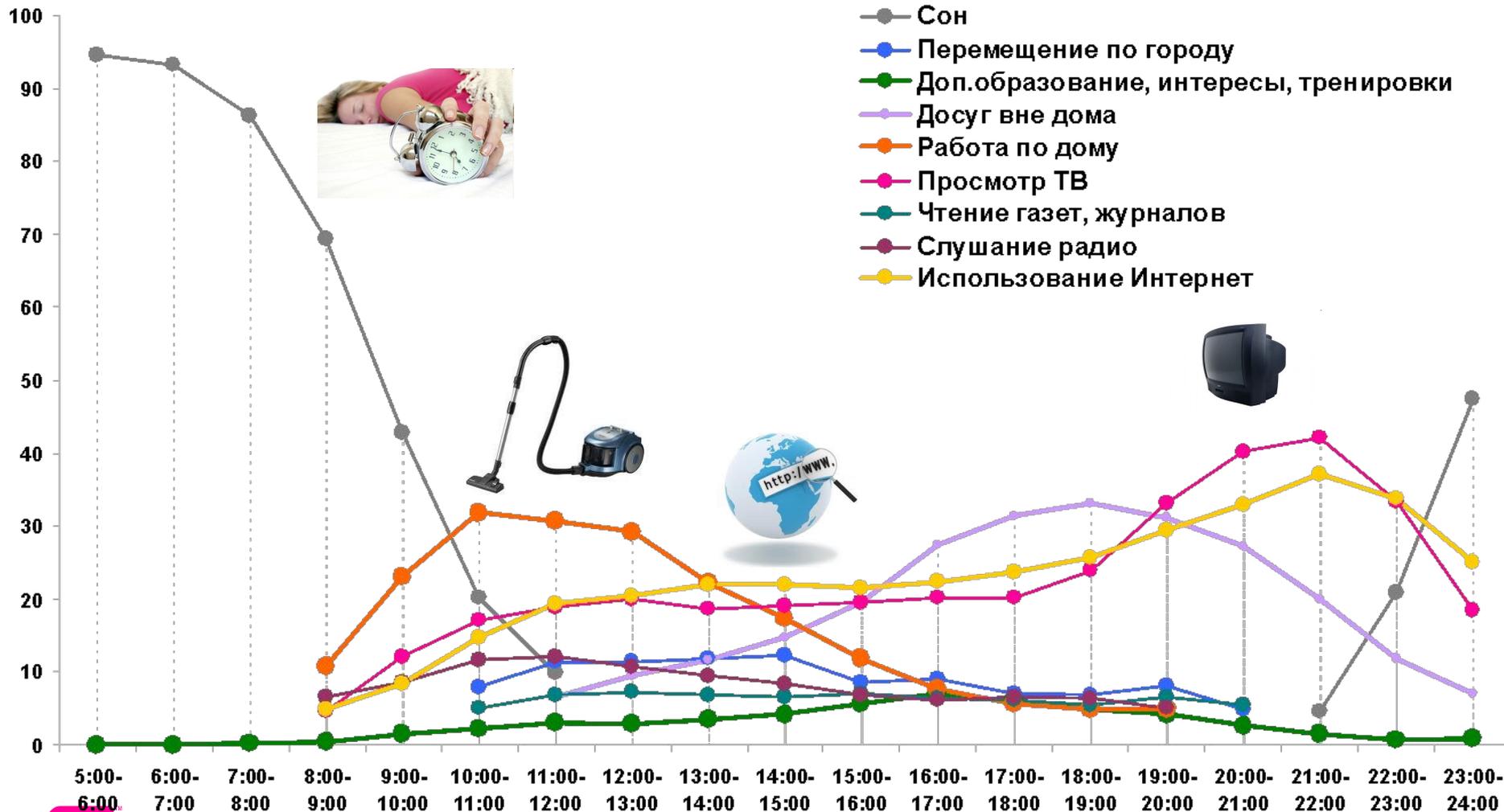


# Пользователи Vkontakte: обычный выходной день

База: регулярные пользователи интернет  
% активности менее 5% не отображены на графике

**В КОНТАКТЕ**

Среднесуточная аудитория сайтов

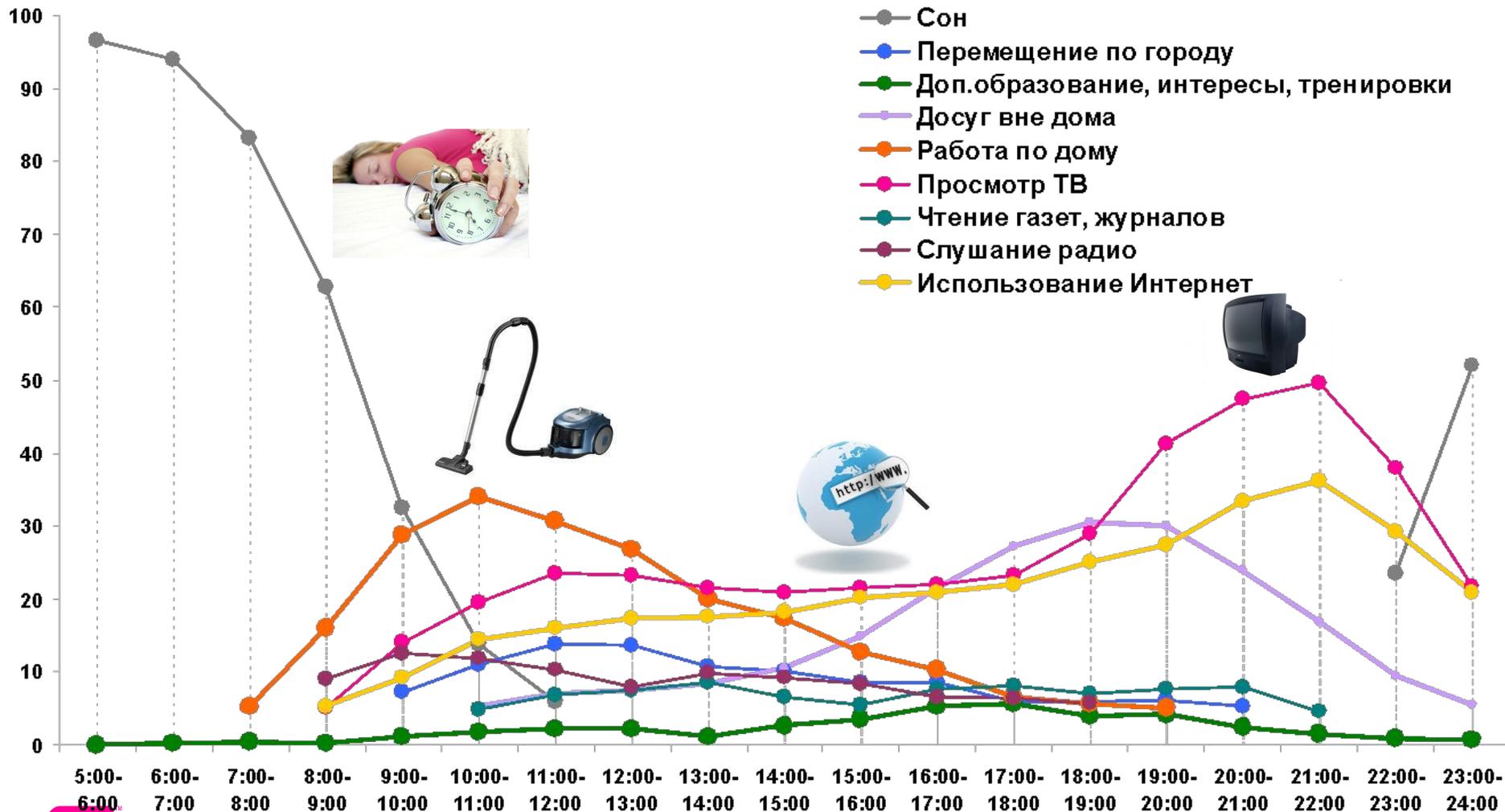


# Пользователи Odnoklassniki: обычный выходной день

База: регулярные пользователи интернет  
% активности менее 5% не отображены на графике



Среднесуточная аудитория сайтов



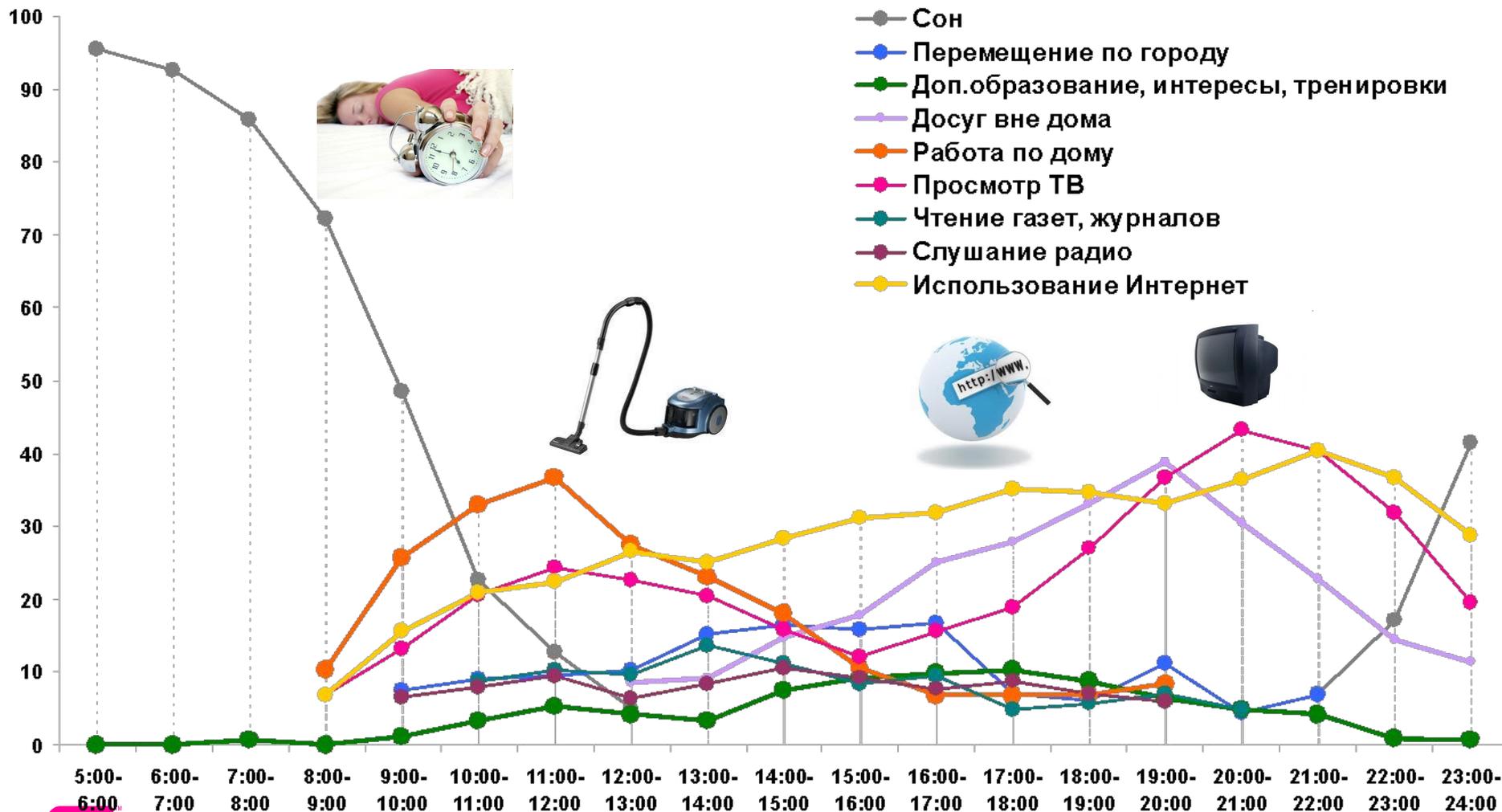
# Пользователи Facebook: обычный выходной день

База: регулярные пользователи интернет

% активности менее 5% не отображены на графике

facebook

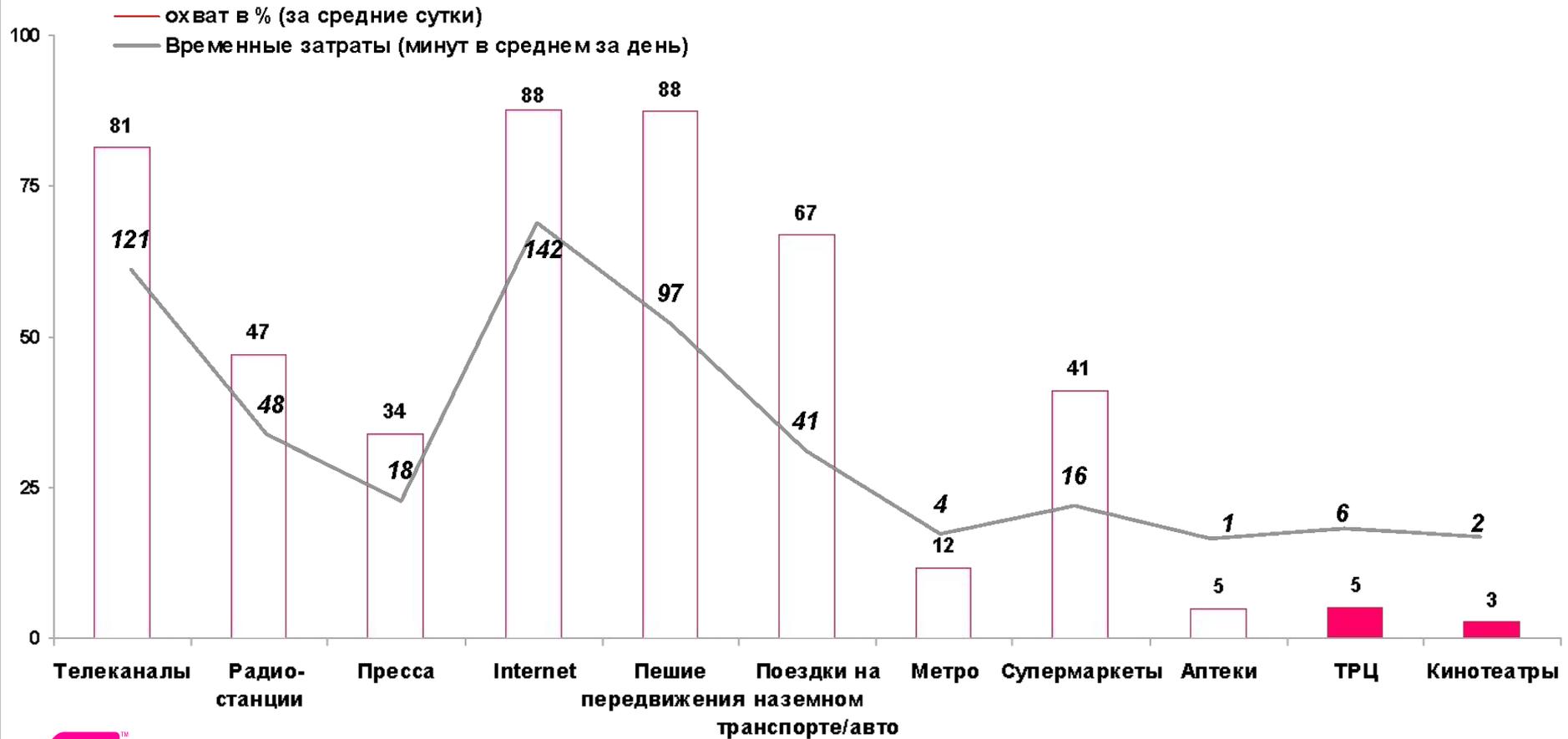
Среднесуточная аудитория сайтов



# Пользователи Vkontakte\*: охват медианосителями

MMI Украина'2010/3+4

База: регулярные пользователи интернет

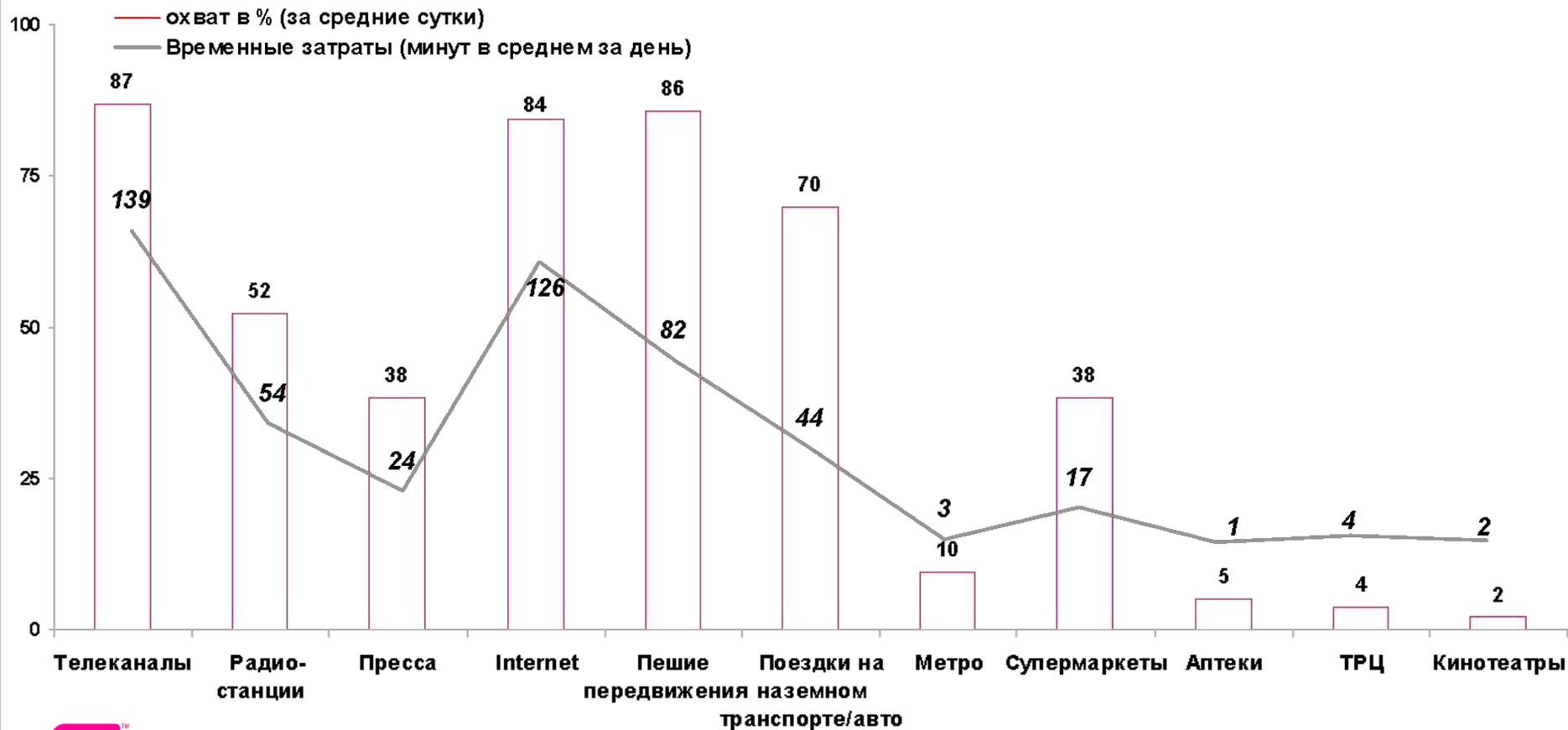


\*Посещали Vkontakte 1 день в неделю и чаще  
Цветом выделены группы, для которых Conv. Index >=110

# Пользователи Odnoklassniki\*: охват медианосителями

ММІ Украина'2010/3+4

База: регулярные пользователи интернет



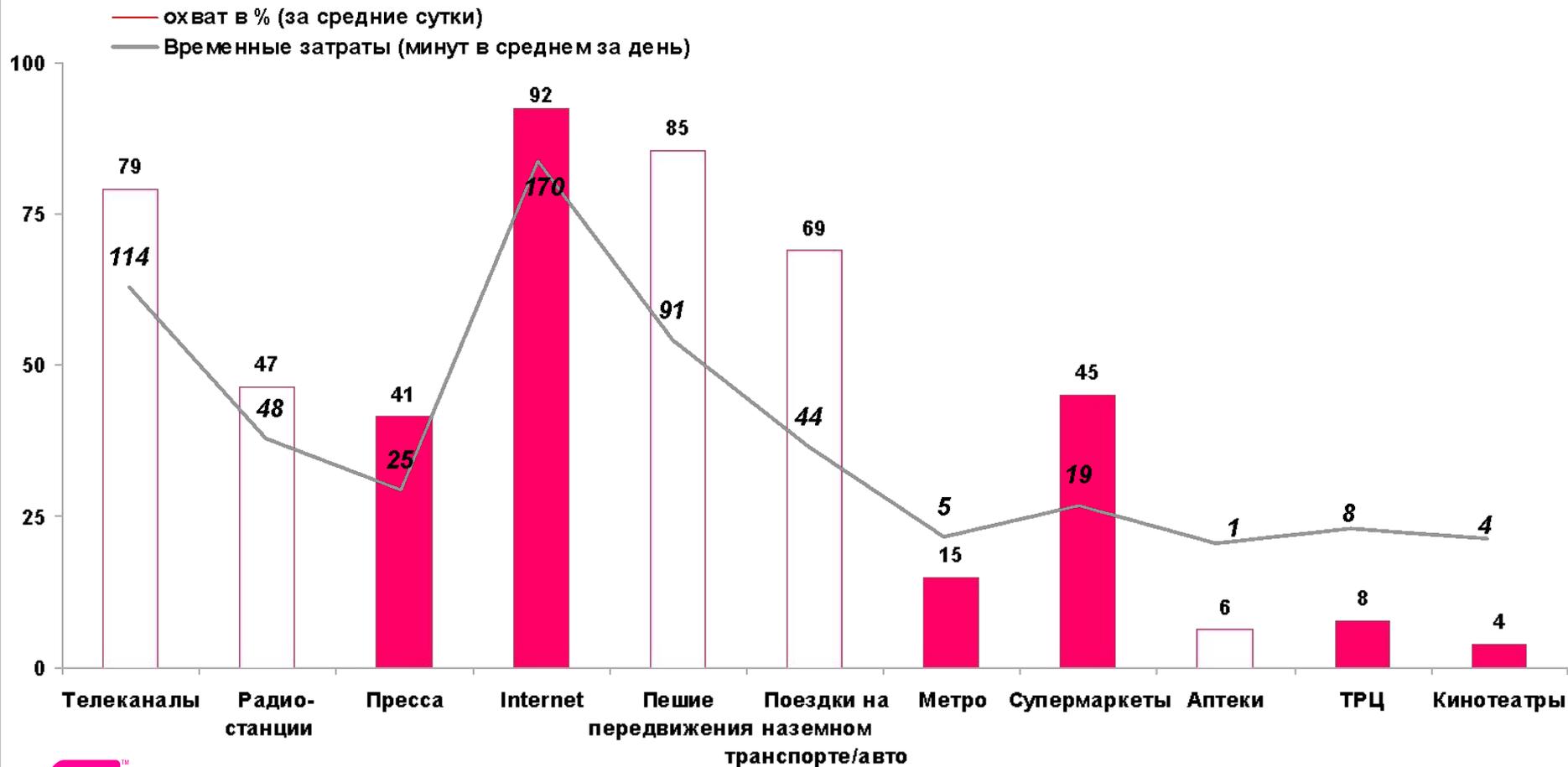
\*Посещали Odnoklassniki 1 день в неделю и чаще  
Цветом выделены группы, для которых Conv. Index >=110

# Пользователи Facebook\*: охват медианосителями

MMI Украина'2010/3+4

База: регулярные интернет пользователи

facebook



\*Посещали Facebook 1 день в неделю и чаще  
Цветом выделены группы, для которых Conv. Index >=110

# Цели использования Интернет

ММІ Україна'2010/3+4

База: регулярные пользователи Интернет

Среднесуточная аудитория сайтов



\* часто используют Интернет для этих целей

\*\*цветом выделены группы для которых Conversion Index >= 110



# Бренд-профиль пользователей Вконтакте

MMI Украина'2010/3+4

База: население 12-65 лет, жители городов 50000+

Потребляют растворимый кофе «MacCoffee» (29,2%)



Предпочитают пиво марки «Чернігівське» (26,1%)



Предпочитает использовать шампунь «Head&Shoulders» (19,9%)



Пользуются услугами мобильного оператора «Life:)» (34,4%)



Предпочитают шоколад в плитках «Світоч» (23,9%)



Предпочитают пить чай «Lipton» (30,5%)



Потребляют молочную продукцию марки «President» (29,1%)



Предпочитает пользоваться дезодорантом «Avon» (11,6%)



Покупали спортивную обувь марок «Addidas» (26,3%) и «Nike» (14,6%)



Предпочитают посещать рестораны «McDonald's» (35,2%) и «Пицца Челентано» (23%)

Пользуются мобильным телефоном марки «Nokia» (47,6%)



Имеют телевизор марки «LG» (27,5%)



Продукты питания предпочитают покупать в магазинах «Сільпо» (24,9%)



Пользуются услугами банка «Приватбанк» (40,4%)



\*На слайд вынесены бренды, которые занимают первые места в рейтинге, при Unprojected Cover >=50, Conversion index >=110

# Бренд-профиль пользователей Одноклассники

MMI Украина'2010/3+4

База: население 12-65 лет, жители городов 50000+



Потребляют растворимый кофе «Jacobs Monarch» (48,6%)



Предпочитают пить чай «Greenfield» (26,3%)



Предпочитают пиво марки «Оболонь» (21,7%)



Предпочитает пользоваться дезодорантом «Nivea» (14,1%)



Пользуются услугами мобильного оператора «МТС» (44,3%)



Предпочитает использовать шампунь «Head&Shoulders» (18,4%) «Pantene Pro-V»(11,5%)



Предпочитают шоколадные батончики «Snickers» (24,9%) и «Bounty» (13%)



Дома держат кошку (30,1%) и предпочитают кормить её кормом марки «Whiskas» (12,4%)



Предпочитают посещать рестораны «McDonald's» (27,9%) и «Пицца Челентано» (20,4%)



Посещают магазины косметики и парфюмерии «ДЦ» (34,2%)



Пользуются мобильным телефоном марки «Samsung» (24,5%)



Пользуются банковскими карточками «Visa» (36,3%)



© TNS 2011

\*На слайд вынесены бренды, которые занимают первые места в рейтинге, при Unprojected Cover >=50, Conversion index >=110

# Бренд-профиль пользователей Facebook

MMI Украина'2010/3+4

База: население 12-65 лет, жители городов 50000+

facebook

Потребляют растворимый кофе «Nescafe» (62,6%)



Предпочитают шоколад в плитках «Roshen» (26,8%)



Покупали спортивную обувь марок «Addidas» (26,8%) и «Puma» (16,5%)



Предпочитают пить чай «Lipton» (33,0%)



Предпочитают пиво марки «Львівське» (19,4%)



Потребляют молочную продукцию марки «President» (34,1%)



Пользуются мобильным телефоном марки «Nokia» (43,3%)



Предпочитают посещать рестораны «McDonald's» (31,9%) и «Пицца Челентано» (22,9%)



Предпочитает пользоваться дезодорантом «Nivea» (16,9%)



Предпочитает использовать шампунь «Head&Shoulders» (19,6%) «Avon» (13,7%)



Имеют телевизор марки «Samsung» (31,6%)



Пользуются услугами мобильного оператора «Life:)» (33,7%)



Продукты питания предпочитают покупать в магазинах «Сільпо» (30,2%)



Пользуются услугами банка «Приватбанк» (43,8%)



**Мы признательны за интерес к нашей работе  
Приглашаем Вас к сотрудничеству**

**Контактное лицо:**

**Марина Костромина**

**Ведущий менеджер по работе с клиентами**

**Департамент постоянных и медиа исследований TNS**

**[maryna.kostromina@tns-ua.com](mailto:maryna.kostromina@tns-ua.com)**

**Тел. (+38 044) 201-10-73**

**Факс (+38 044) 201-10-74**

**[www.tns-ua.com](http://www.tns-ua.com)**

**ул. Игоревская, 1/8 буква «В»,**

**Киев, 04070, Украина**

