

Мобильная Россия

Использование мобильного
Интернета целевыми группами
российских потребителей

Зима 2013 г.



| Введение

- Настоящее исследование проведено среди более **20 000 россиян**, пользующихся мобильным Интернетом.
- Его цель - дать компаниям подробную информацию для разработки **стратегии мобильного маркетинга**.
- Краткий отчет, с ограниченным перечнем вопросов исследования, предоставляется по бесплатной подписке **4 раза в год**:
 - Зима – март
 - Весна – июнь
 - Лето – сентябрь
 - Осень – декабрь
- Вы можете заказать **углубленные данные по своей целевой аудитории** за отдельную плату, направив запрос по адресу: request@newmr.ru

При использовании материалов отчета ссылки на проект «Мобильная Россия» и компанию NewMR обязательны

| Методика исследования

Выборка: соответствует **социально-демографической структуре интернет-пользователей России*** по следующим параметрам:

- пол
- возраст
- образование
- размер населенного пункта,
- федеральный округ

Метод: on-line опрос (CAWI) по access-панели ОМІ.

Целевая группа: пользователи Интернета на мобильном устройстве** не реже 1 раза в месяца в возрасте 13-55+.

Количество интервью: **20 235 человек*****

Даты проведения опроса: декабрь 2012 – январь 2013.


*Выборка основана на данных Фонда «Общественное мнение» (ФОМ).

** Под мобильным устройством понимается телефон с доступом в Интернет, смартфон или планшетный компьютер

*** Значительная выборка стала возможной вследствие масштабного рекрута участников потребительской онлайн панели ОМІ в мобильную панель.

Какие данные вы можете получить на базе нашего исследования

Варианты отчета		Расширенные данные отчета по России	Дополнительные параметры для определения ЦА	Дополнительные вопросы исследования	Периодичность
Готовые отчеты	Базовый отчет	–	–	–	4 раза в год
	Расширенный отчет по стандартной целевой аудитории (ЦА)*	+	в рамках имеющихся характеристик	–	по запросу, из имеющихся данных
Отчеты на заказ	Отчет по специальной ЦА**	+	любые дополнительные	для определения ЦА	по запросу, в предстоящих волнах
	Отчет по стандартной и/или специальной ЦА с дополнительными вопросами	+	любые дополнительные	любые дополнительные	

* Стандартная ЦА может быть определена, исходя из имеющихся в нашем распоряжении параметров (вопросы анкеты исследования и атрибутов панели ОМІ). Полный список возможных параметров см. 

** Специальная ЦА может быть определена с помощью дополнительных вопросов, которых не было в нашей анкете.

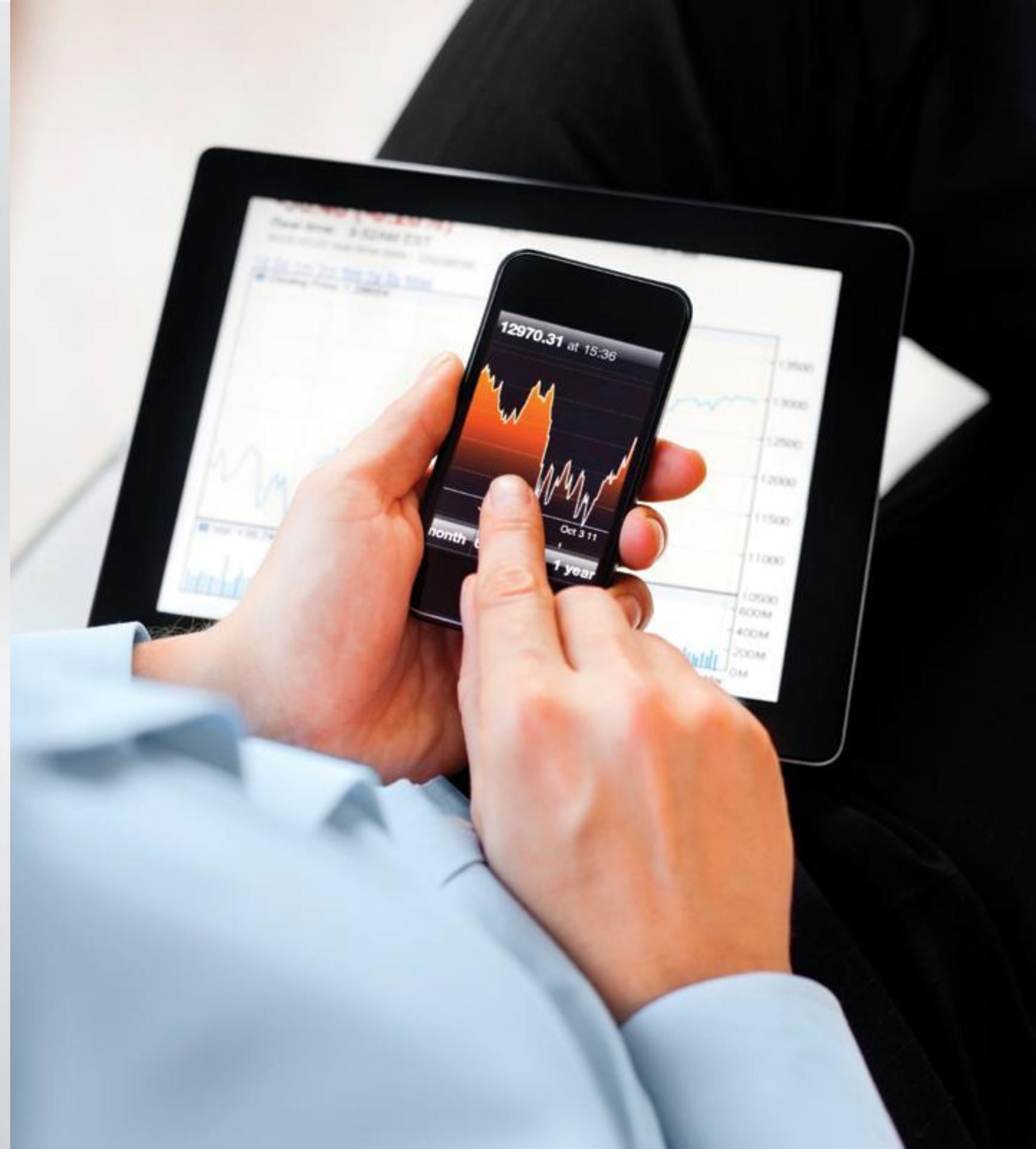
В представленный ниже отчет вошли не все имеющиеся вопросы исследования.

Полный перечень вопросов см. 

Есть вопросы по исследованию? Задайте нам! request@newmr.ru, +7 (495) 926 85 46

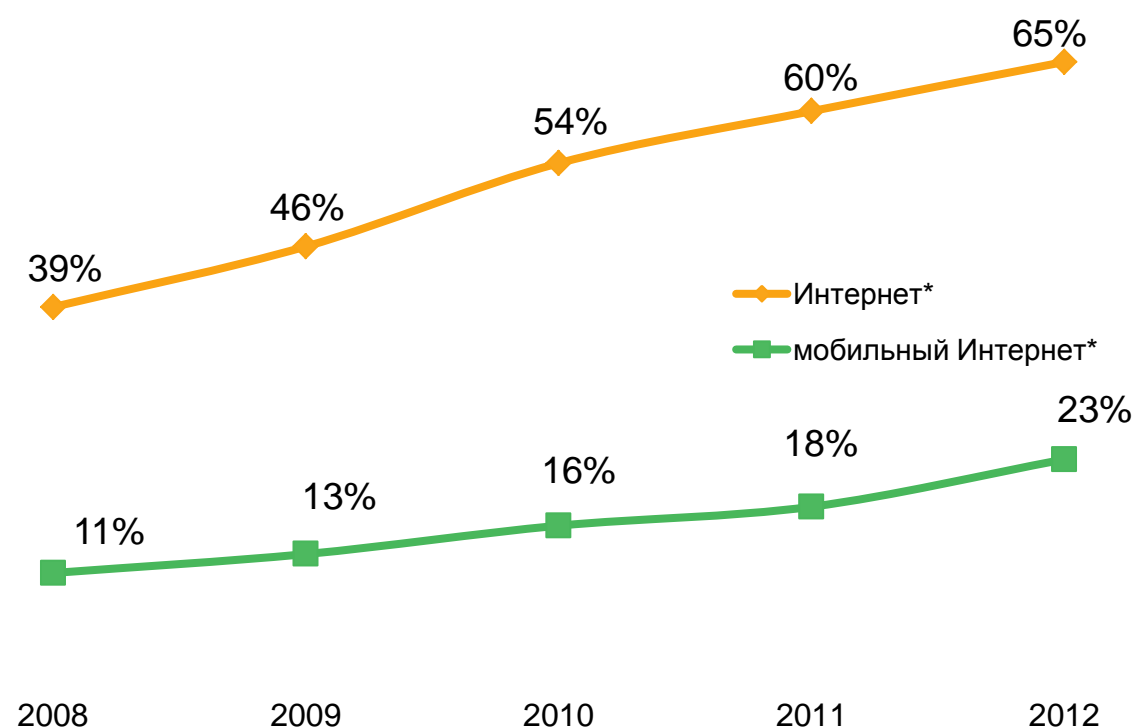
1

Пора ли
идти в mobile?

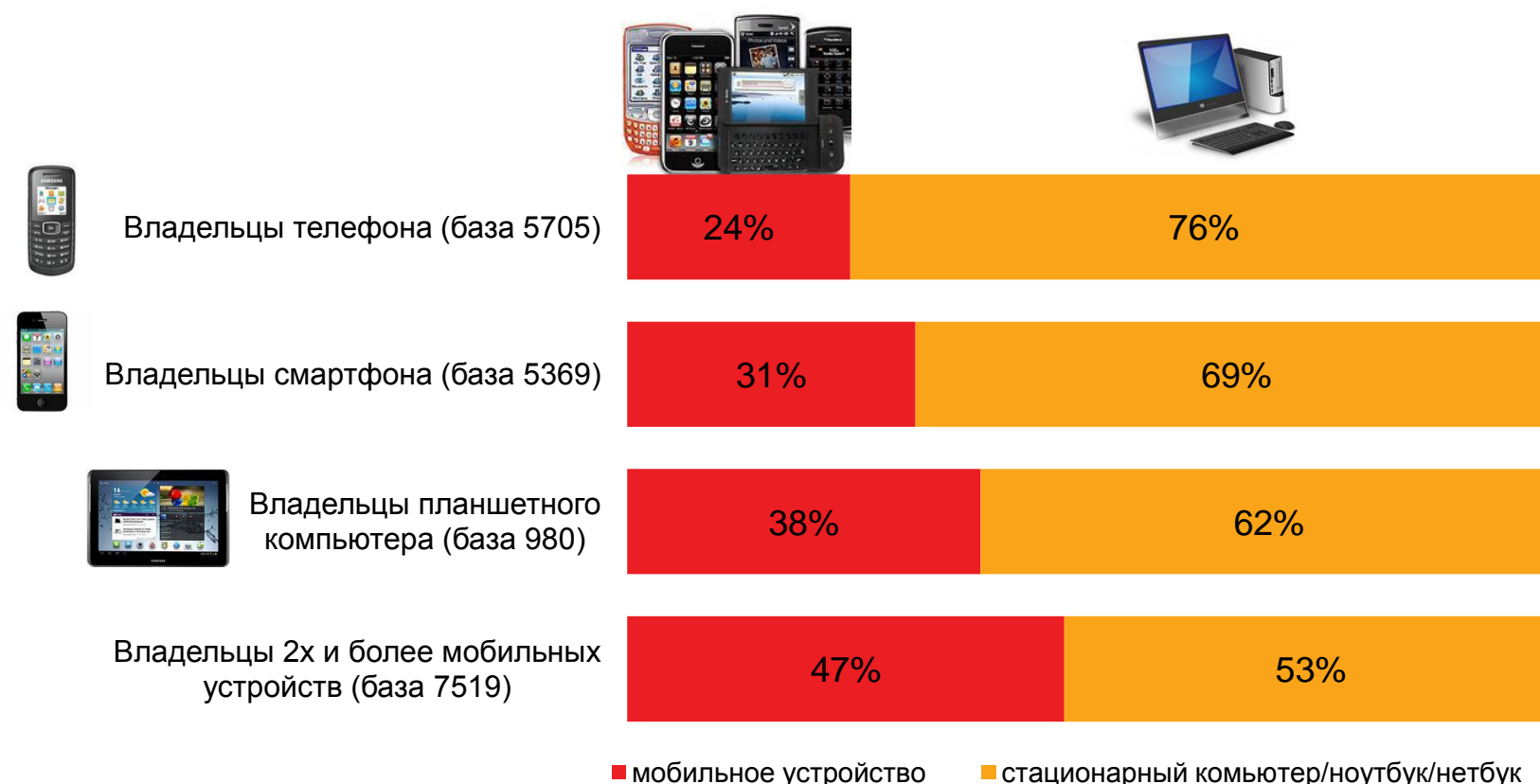


Пользование мобильным Интернетом в России

Месячная аудитория



Распределение времени пользования Интернетом*



* - в % от времени пользования Интернетом в целом

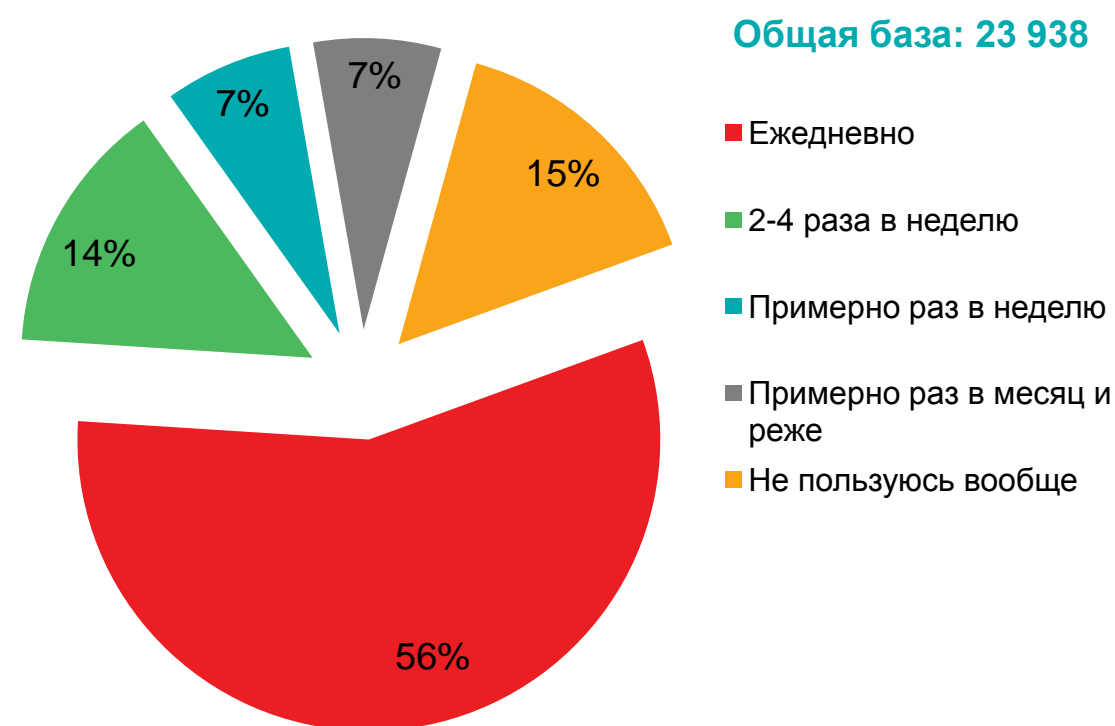
Темпы роста Интернета замедляются, а темпы роста мобильного Интернета – растут (9% и 33% в 2012 году соответственно).

У владельцев двух и более мобильных устройств почти половина времени приходится на пользование мобильного Интернета.

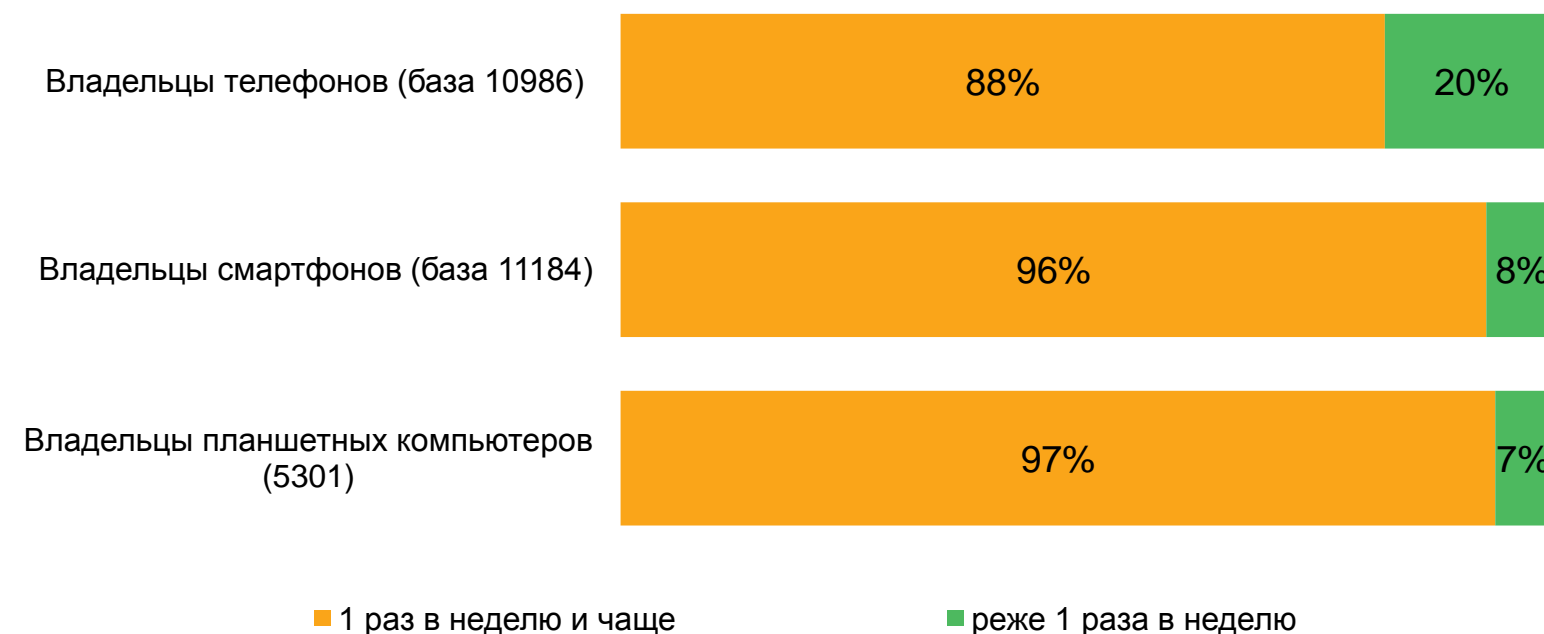
* По данным УИ TNS Web Index. Россия, 100 тыс. +, население 12+

Частота пользования мобильным Интернетом

Частота пользования мобильным Интернетом



Периодичность пользования мобильным Интернетом



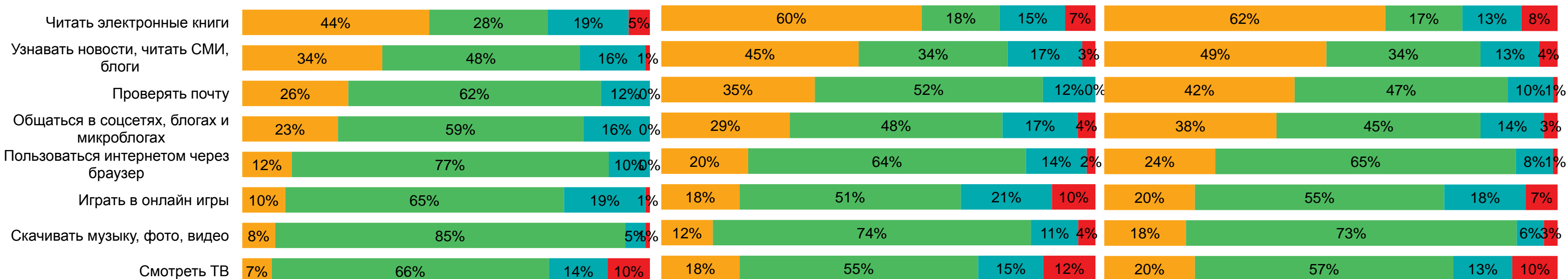
Мобильным Интернетом пользуются 85% респондентов, и как правило – не реже 1 раза в неделю.

Предпочтения в использовании устройств для доступа в Интернет

Владельцы смартфонов

Владельцы планшетных компьютеров

Владельцы 2х и более мобильных устройств



Общая база: 5369

Общая база: 1052

Общая база: 5369

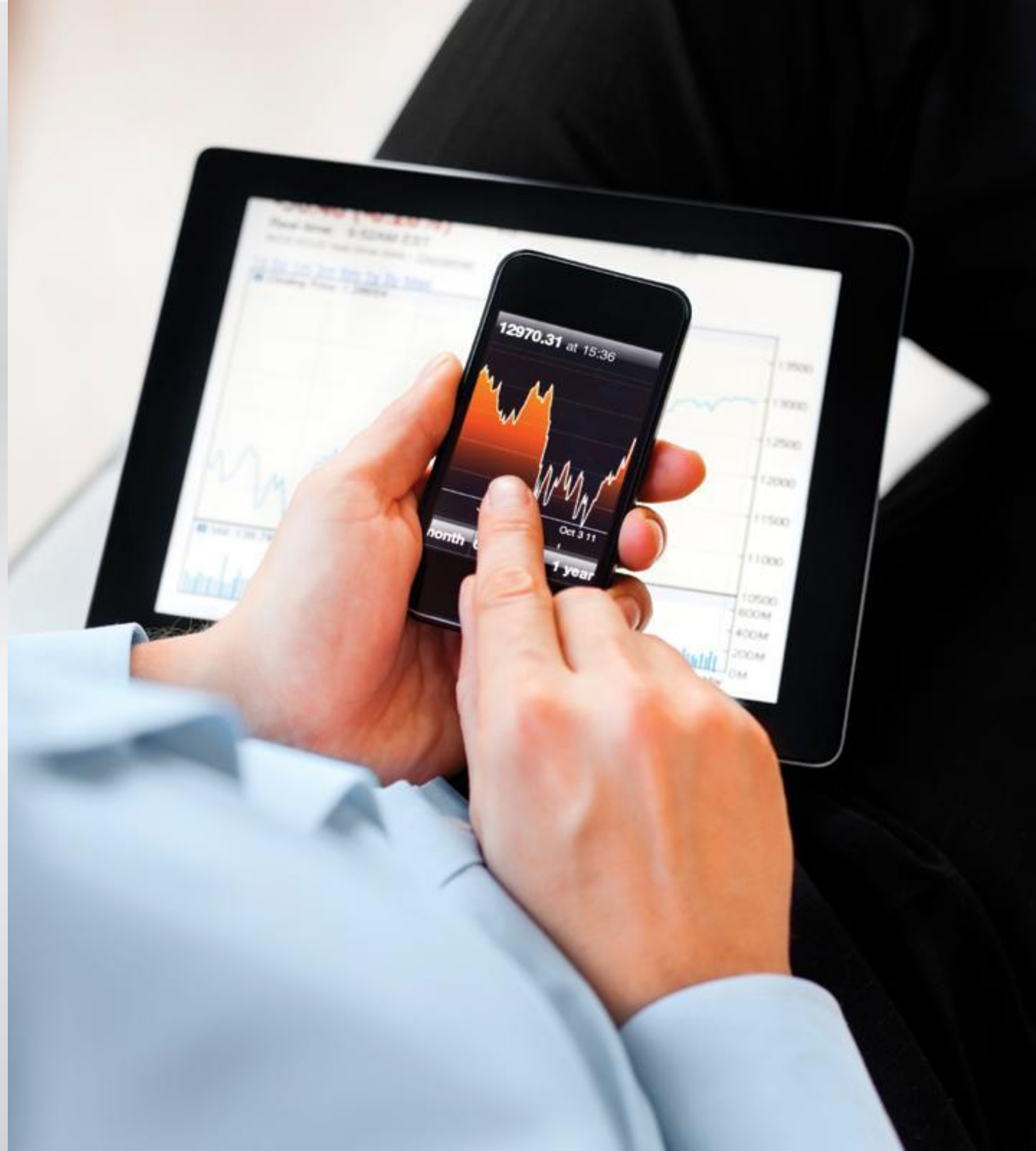
Предпочитаемые активности для мобильных устройств: чтение книг и новостей. Владельцы нескольких устройств в 1,5-2 раза интенсивнее пользуются Интернетом на мобильном устройстве.

Там, где требуется высокая скорость передачи данных (просмотр ТВ, скачивание музыки и онлайн игры) предпочтение по-прежнему отдается стационарным устройствам.

- Смартфон/Планшетный компьютер
- Стационарный компьютер/ноутбук
- Нет предпочтений
- Другое устройство/Затрудняюсь ответить

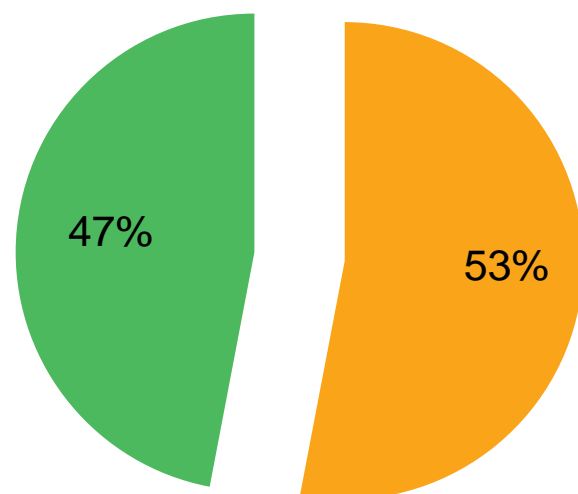
2

Информация о потребителях мобильного Интернета



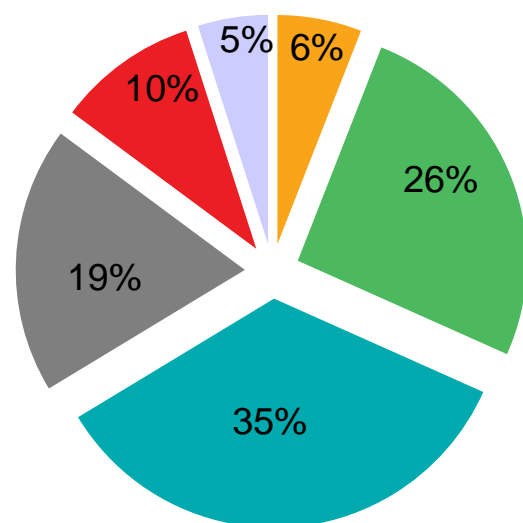
Портрет пользователя мобильного Интернета

Пол



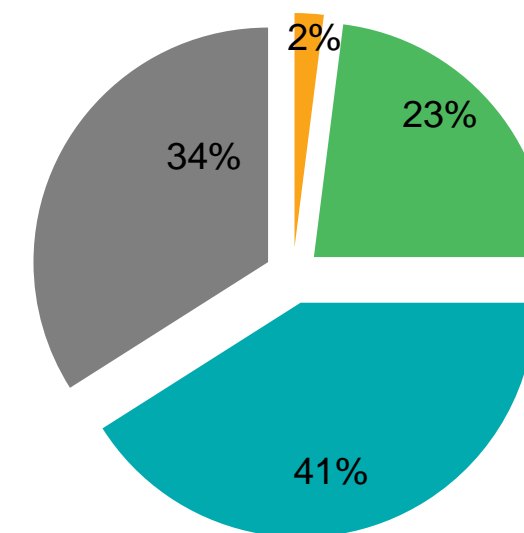
Мужчины (База: 10654)
Женщины (База: 9579)

Возраст



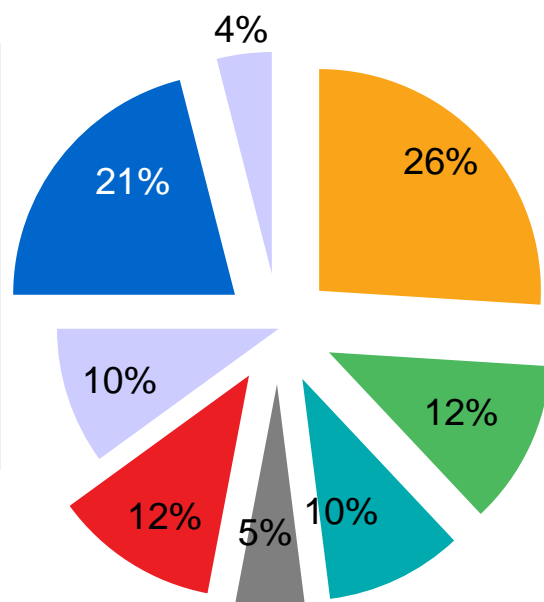
13-17 (База: 1161)
18-24 (База: 5198)
25-34 (База: 7130)
35-44 (База: 3840)
45-54 (База: 1989)
55+ (База: 917)

Образование



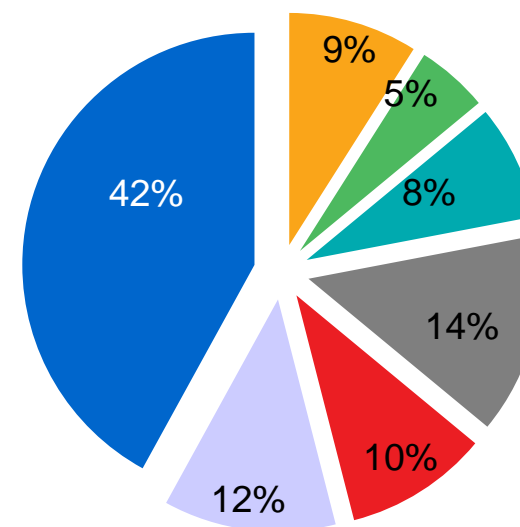
Начальное (База: 391)
Среднее общее (База: 4707)
Среднее специальное (База: 8197)
Высшее (База: 6940)

Регион



ЦФО (База: 5257)
ЮФО (База: 2422)
СЗФО (База: 2097)
ДВФО (База: 1005)
СФО (База: 2528)
УФО (База: 1931)
ПФО (База: 4231)
СКФО (База: 727)

Размер населенного пункта



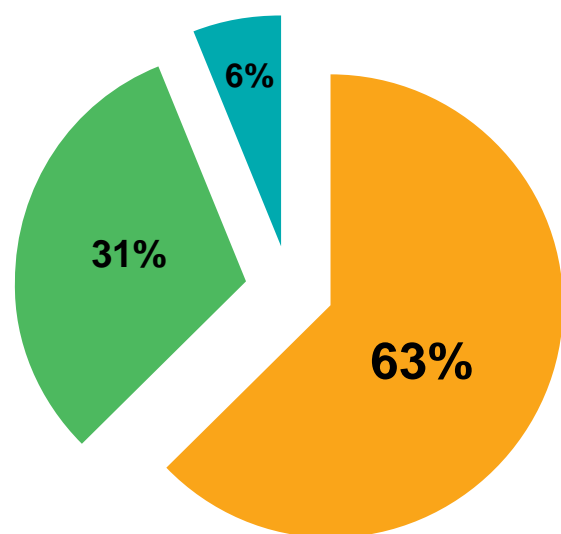
Москва (База: 1756)
Санкт-Петербург (База: 973)
~ 1 млн. жителей (База: 1684)
500-1 млн. (База: 2777)
250-500 тыс. (База: 2045)
100-250 тыс. (База: 2407)
<100 тыс. (База: 8581)

Потребители мобильного Интернета, как правило, молоды (2/3 – в возрасте до 35 лет), а потому имеют преимущественно средне-специальное или высшее образование.

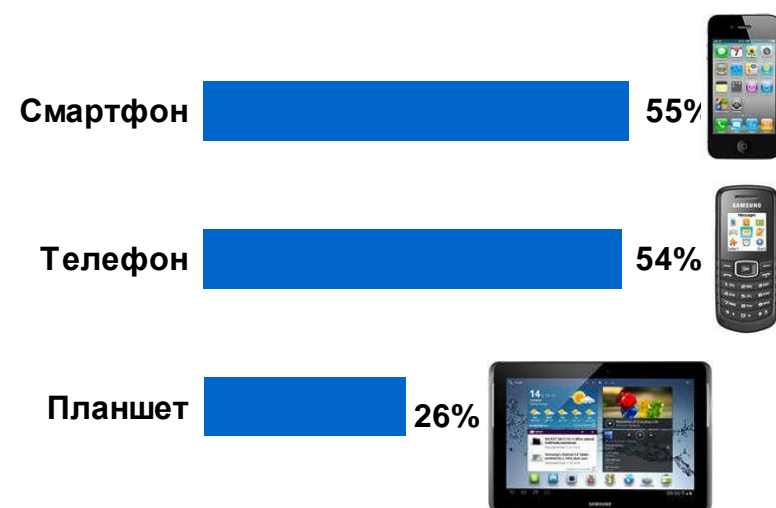
Проникновение мобильного Интернета в федеральных округах и населенных пунктах такое же, как и обычного Интернета.

Характеристики потребителей

Количество устройств



Типы устройств



База (пользуются мобильным Интернетом): 20 235

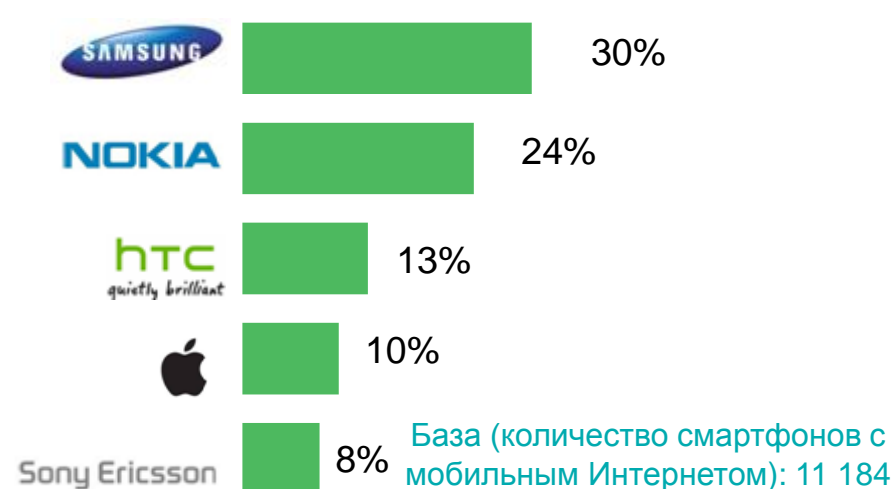
■ 1 устройство ■ 2 устройства ■ 3 и более

Топ-5 телефонов



База (количество телефонов с мобильным Интернетом): 10 986

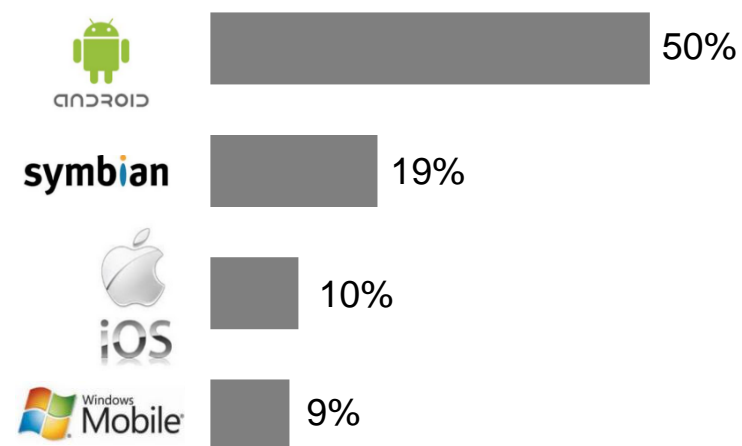
Топ-5 смартфонов



База (количество смартфонов с мобильным Интернетом): 11 184

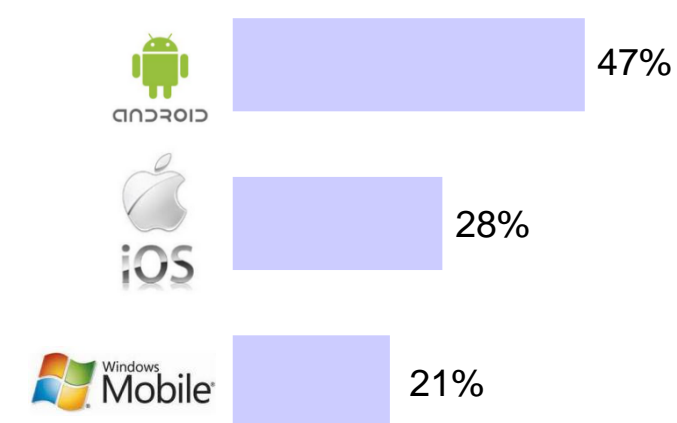
Операционная система мобильного устройства

Топ-4 смартфоны



База (количество смартфонов с мобильным интернетом): 11 184

Топ-3 планшеты



База (количество планшетов с мобильным Интернетом): 5 301

Топ-5 планшетов



База (количество планшетов с мобильным Интернетом): 5 301

Виды потребляемого мобильного Интернета

Виды потребляемого Интернета

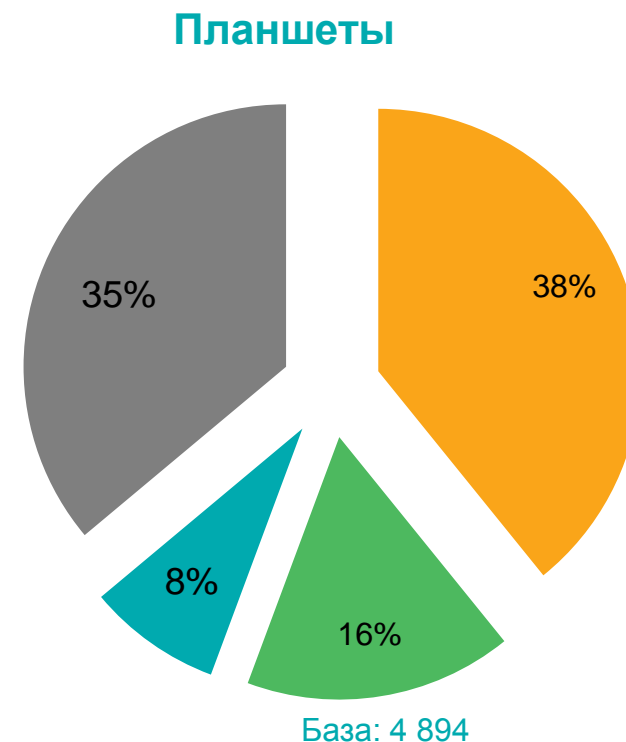
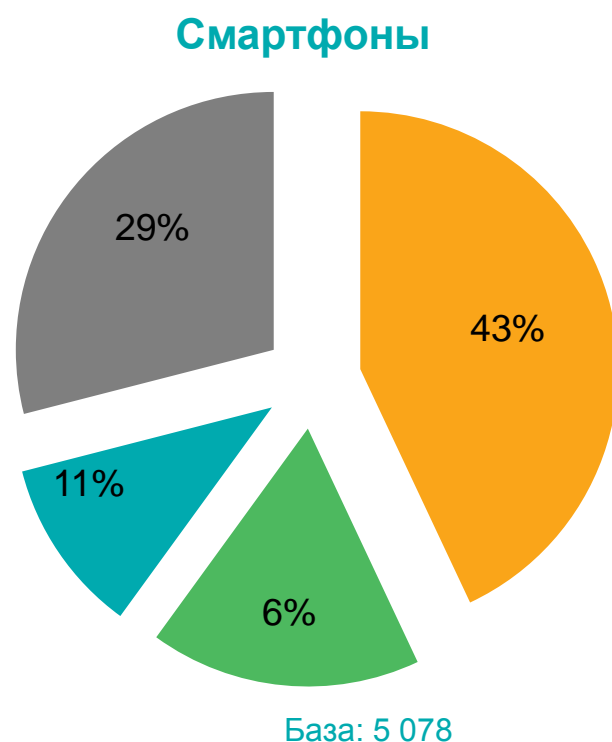
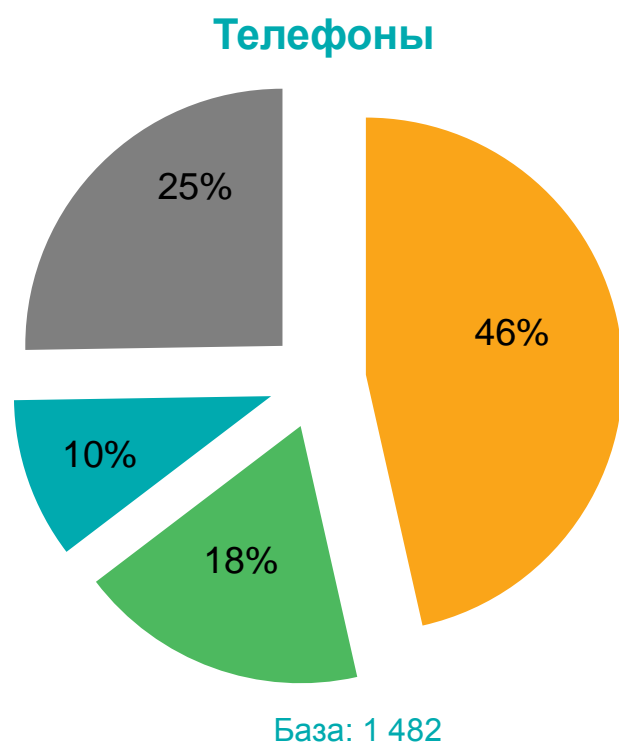


База (пользуются мобильным Интернетом): 20 235

- Интернетом мобильного оператора
- Wi-fi/Wi-мах в общественных местах
- Wi-fi на работе
- Wi-fi дома

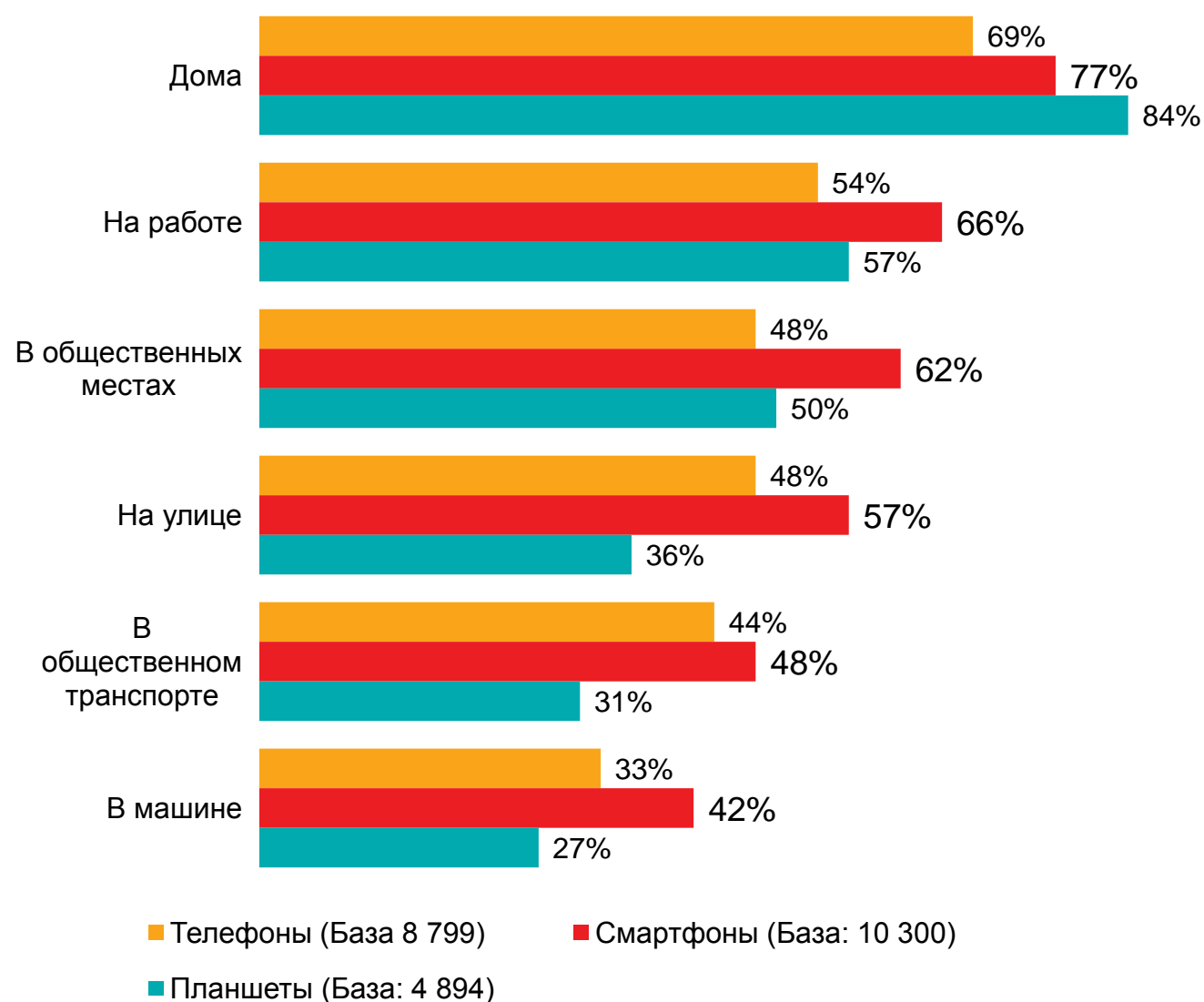
Большинство потребителей пользуются Интернетом сотового оператора связи, на втором месте – домашний Wi-fi.

Соотношение потребляемого мобильного Интернета (в % от общего времени пользования)

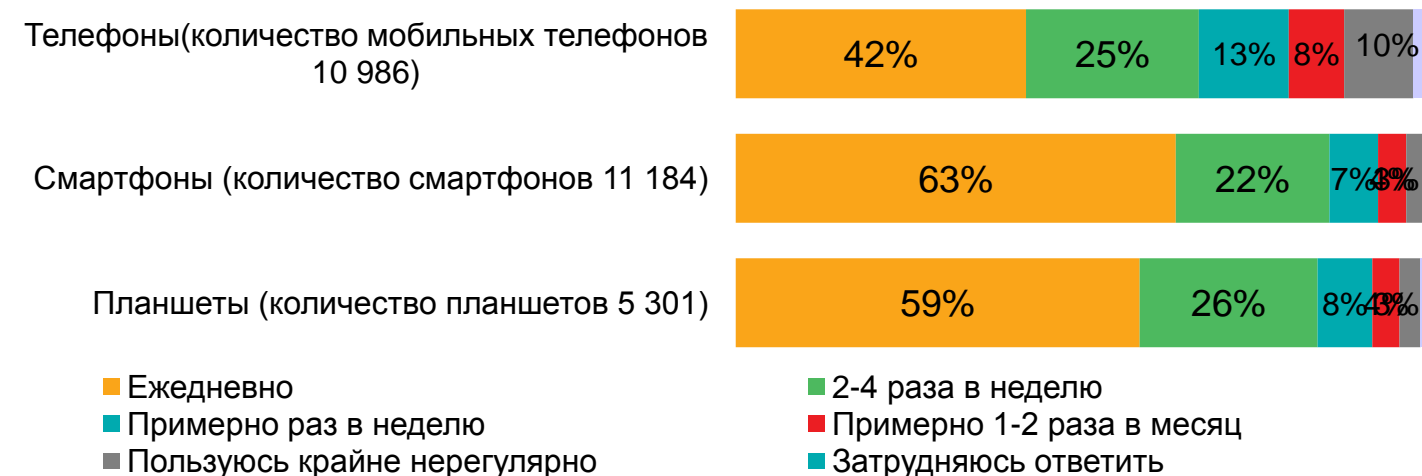


Характеристики пользования мобильным Интернетом

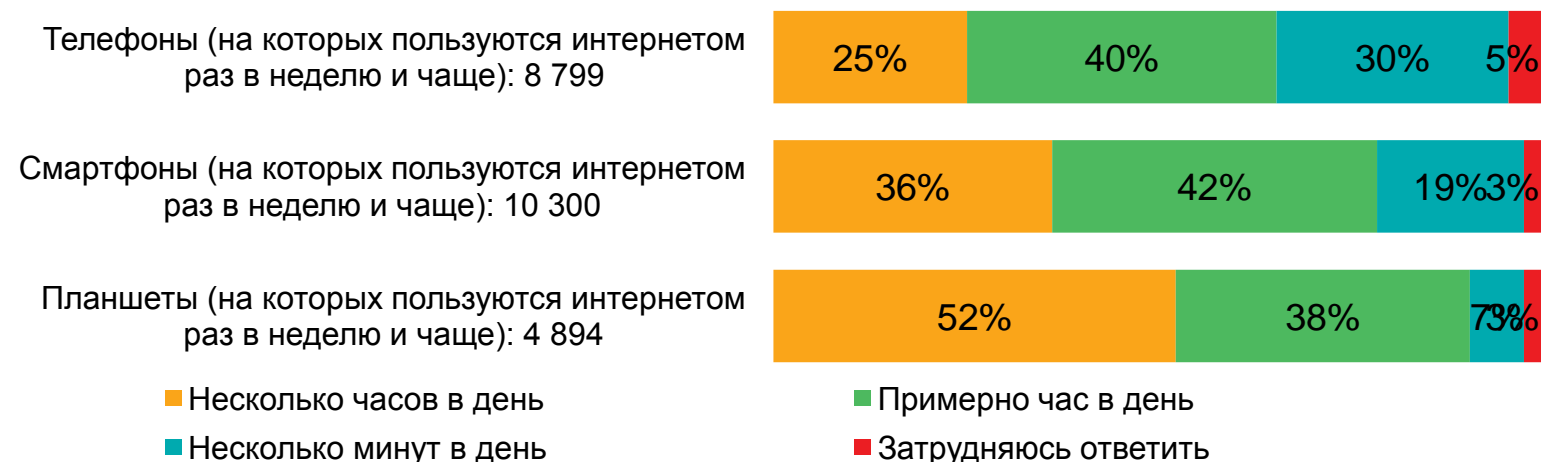
Места пользования



Регулярность пользования



Длительность пользования в день (среди тех, кто пользуется 1 раз в неделю и чаще)



Вопреки расхожему мнению, чаще всего выходят в Интернет с мобильных устройств дома.

Пользователи мобильных устройств чаще всего пользуются мобильным Интернетом каждый день.

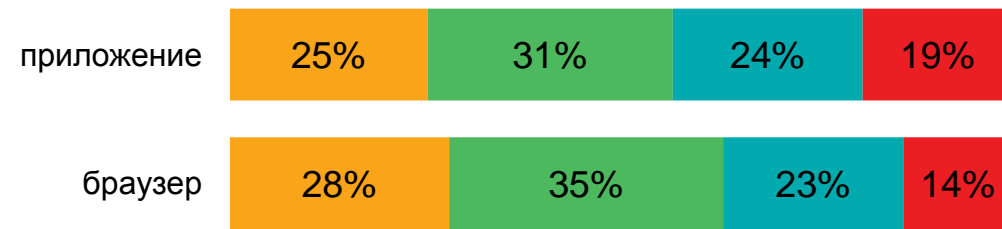
3

Мобильный маркетинг



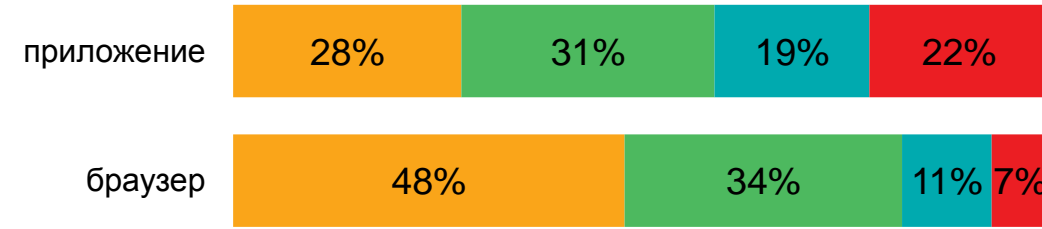
Виды активностей в мобильном Интернете

На смартфоне



База: 10 300

На планшетном компьютере



База: 4 876

- Несколько часов в день
- Примерно час в день
- Несколько минут в день
- Очень редко/почти никогда

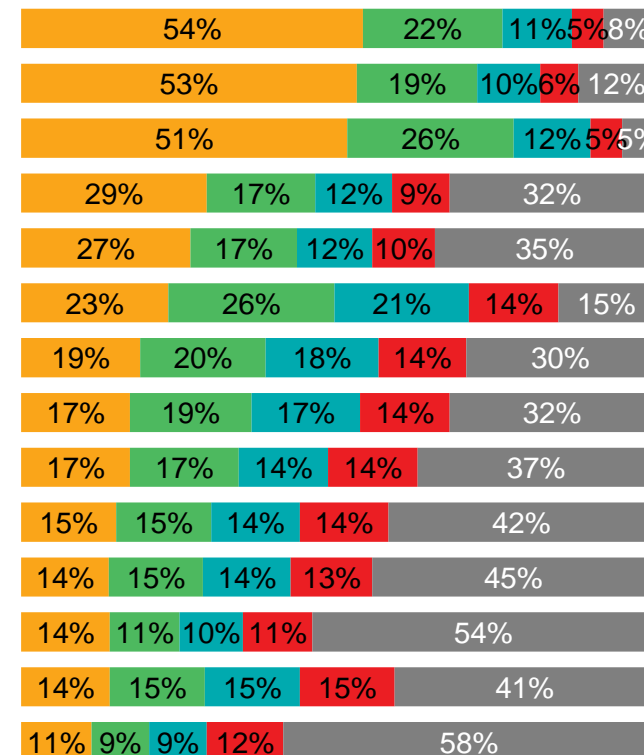
Телефоны



- Каждый день/почти ежедневно
- Несколько раз в неделю
- Несколько раз в месяц
- 1 раз в месяц и реже
- Не пользуюсь

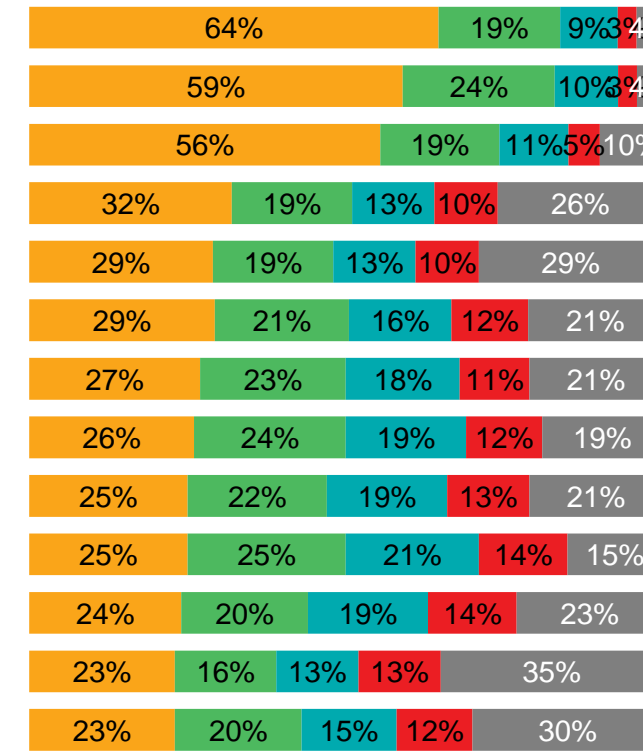
База (количество мобильных телефонов на которых пользуются Интернетом раз в неделю и чаще): 8 799

Смартфоны



База (количество смартфонов, на которых пользуются Интернетом раз в неделю и чаще): 10 250

Планшеты



База (количество планшетов, на которых пользуются Интернетом раз в неделю и чаще): 4 894

Более 2/3 пользователей мобильных устройств регулярно тратят время на поиски новостей, общение в социальных сетях и по электронной почте на своем мобильном гаджете.

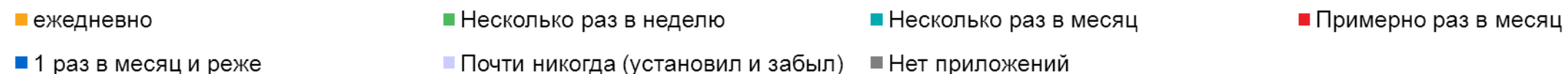
Использование приложений

В среднем на смартфоне установлено 19 приложений
Чаще всего на смартфоне установлено 10 приложений

Смартфоны

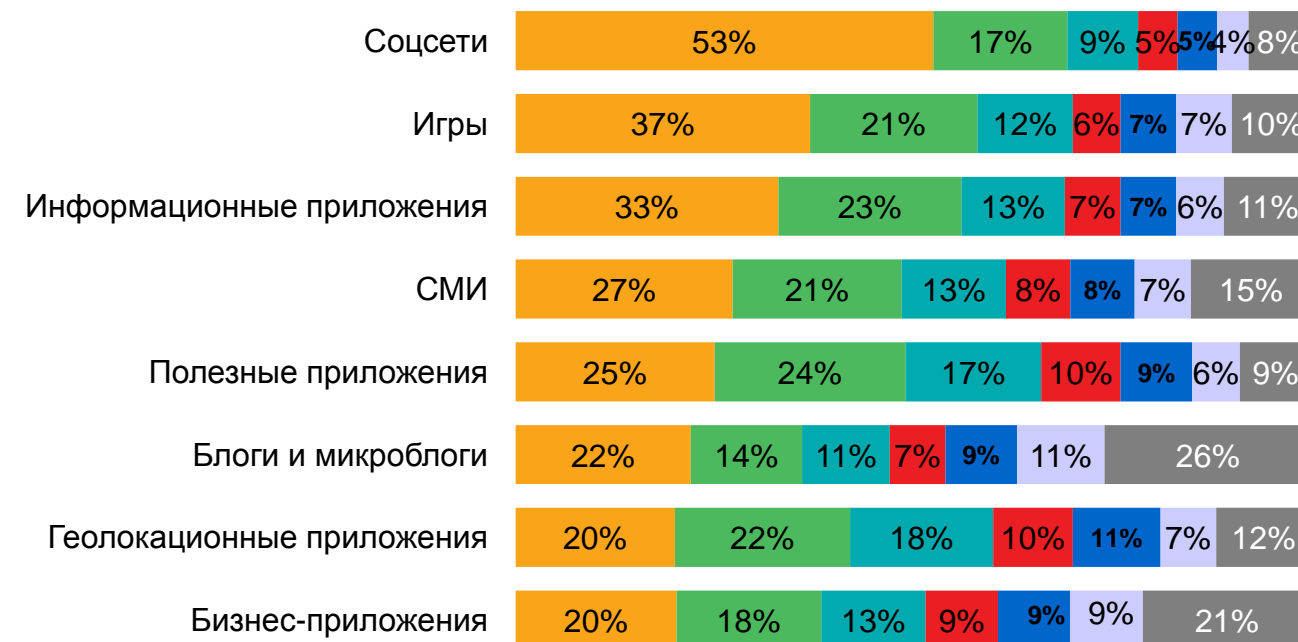


База (количество смартфонов, на которых ежедневно пользуются приложениями): 8 279



В среднем на планшете установлено 26 приложений
Чаще всего на планшете установлено 20 приложений

Планшеты



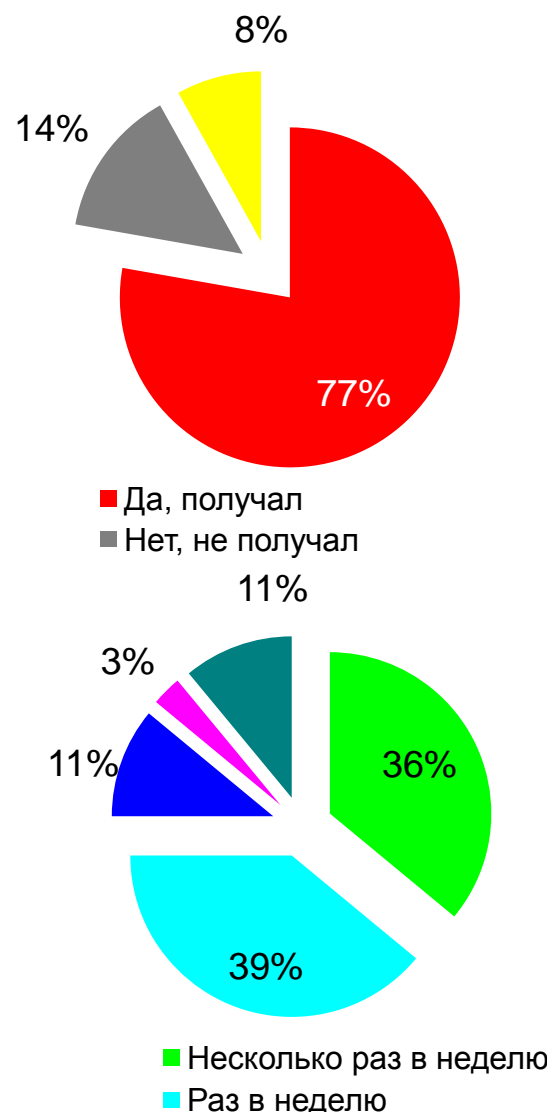
База (количество планшетов, на которых ежедневно пользуются приложениями): 3 811

Половина пользователей мобильного Интернета выходят в социальные сети через свои гаджеты ежедневно.

Рекламные сообщения на мобильное устройство

Опыт получения рекламных сообщений

База: 18 423



Предпочитаемые способы получения рекламных сообщений



Типы предложений, которые хотели бы получать

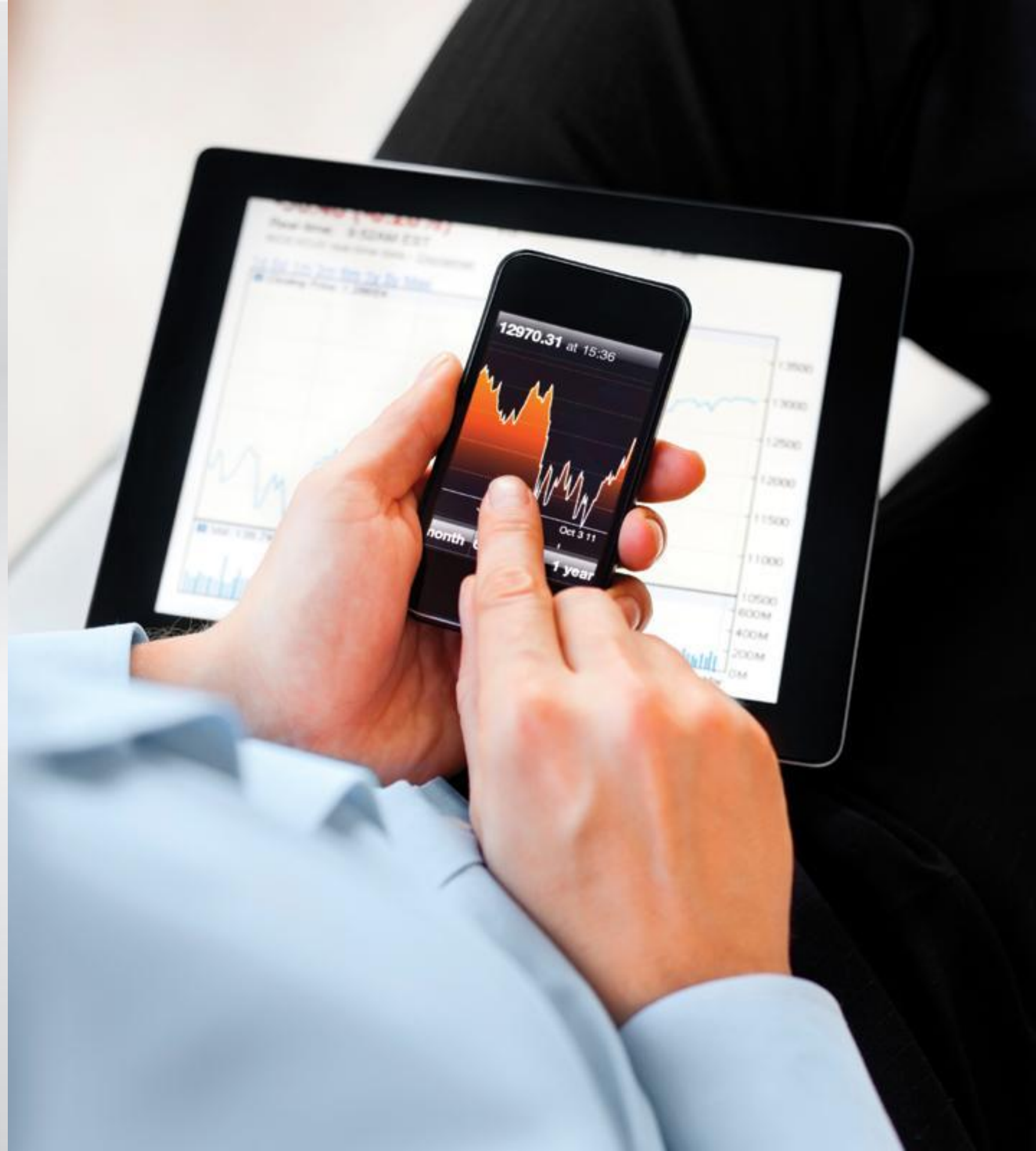
База (согласны получать рекламные сообщения или не определились): 4 670



Большинство пользователей мобильного Интернета уже получали рекламные сообщения. Потребители не против получать рекламные сообщения на свое мобильное устройство. Как правило, согласны получать сообщения раз в неделю и чаще.

4

Приложение



Перечень вопросов исследования



1. Сравнение устройств с доступом в Интернет

- Распределение времени пользования Интернетом между различными устройствами
- Преимущества мобильного устройства с доступом в Интернет в глазах пользователя.
- Предпочтительное устройство для совершения различных действий в Интернете.

2. Потребление мобильного Интернета на мобильных устройствах*

- **Технические характеристики подключения к мобильному Интернету для телефонов, смартфонов/коммуникаторов и планшетных компьютеров:**
 - Марка устройства и операционная система (для смартфонов и планшетных компьютеров).
 - Оператор мобильной связи.
 - Способы оплаты/специальные тарифы Интернета мобильного оператора.
 - Источник оплаты расходов на мобильный Интернет.
 - Тип управления телефоном (кнопочный или сенсорный)
 - Возможность приема sms сообщений на планшетном компьютере
- **Места и цели пользования мобильного Интернета**
 - Места пользования мобильным Интернетом.
 - Цели использования мобильного Интернета (поиск информации, общение, скачивание контента, игр и прочее).

• Потребление мобильного Интернета

- Количество мобильных устройств с выходом в Интернет на одного пользователя
- Тип используемого мобильного Интернета (Интернет мобильного оператора или Wi-fi), который использует пользователь.
- Продолжительность использования мобильного Интернета (минут/часов в день).
- Частота использования платного или бесплатного Wi-fi .
- Количество приложений, установленных на смартфоне или планшетном компьютере.
- **Частота пользования возможностями мобильного Интернета**
 - Пользование мобильным Интернетом через браузер и приложения **
 - Наличие приложения для чтения QR кодов и частота его использования.
 - Частота использования различного вида приложениями**
 - Количество установленных приложений**

** - вопросы для пользователей смартфонов и планшетных компьютеров.

3. Мобильный маркетинг

- Готовность получать рекламные сообщения.
- Предпочитаемый канал получения рекламных сообщений.
- Предпочитаемый тип рекламной информации

* Мобильные устройства - телефоны с выходом в Интернет, смартфоны, планшетные компьютеры.



Перечень атрибутов для сегментирования целевой аудитории*

- **Социально-демографические характеристики:** пол, возраст, образование, семейное положение, количество человек в семье, количество и возраст детей, намерение завести детей в ближайшее время, тип, характер и сфера занятости, должность размер компании, доход (шкала доходов в рублях и самооценки), тип жилья.
- **Наличие автомобиля** (отечественный или иностранный автомобиль, класс и марка автомобиля)
- **Намерение приобрести недвижимость в ближайшие 1-2 года**
- **Пользование услугами за последние полгода:**
 - Банковские услуги (с уточнением вида банковских услуг)
 - Страховые услуги (с уточнением вида страховых услуг)
 - Риэлторские услуги
 - Медицинские услуги
 - Поездки за рубеж
 - Салоны красоты, SPA центров
 - Фитнес-клуб
 - Авиаперелеты
 - Поездки за рубеж
- **Наличие во владении товаров длительного пользования (более 20 позиций от игровой приставки до кондиционера)**
- **Курение**
- **Потребление спиртных напитков** (пиво, вино, портвейн, слабоалкогольные напитки в бутылках, ликер, вермут, игристое вино, водка, ром, бренди, виски, джин, коньяк, текила, другие крепкие спиртные напитки).
- **Принимают решение о покупке:**
 - Продовольственные товары
 - Хозяйственные товары
 - Косметика, предметы личной гигиены
 - Лекарства, витамины и биологически активные добавки
 - Алкогольные напитки
 - Автомобили, запчасти для автомобилей
 - Бытовая техника/электроника
 - Банковские услуги
 - Страховые услуги
 - Недвижимость
 - Компьютерное оборудование и программное обеспечение
 - Мобильная связь
 - Интернет и интернет-услуги
 - Кино, книги, музыка
 - Газеты и журналы

* - имеющиеся в базе характеристики панелистов ОМІ

