

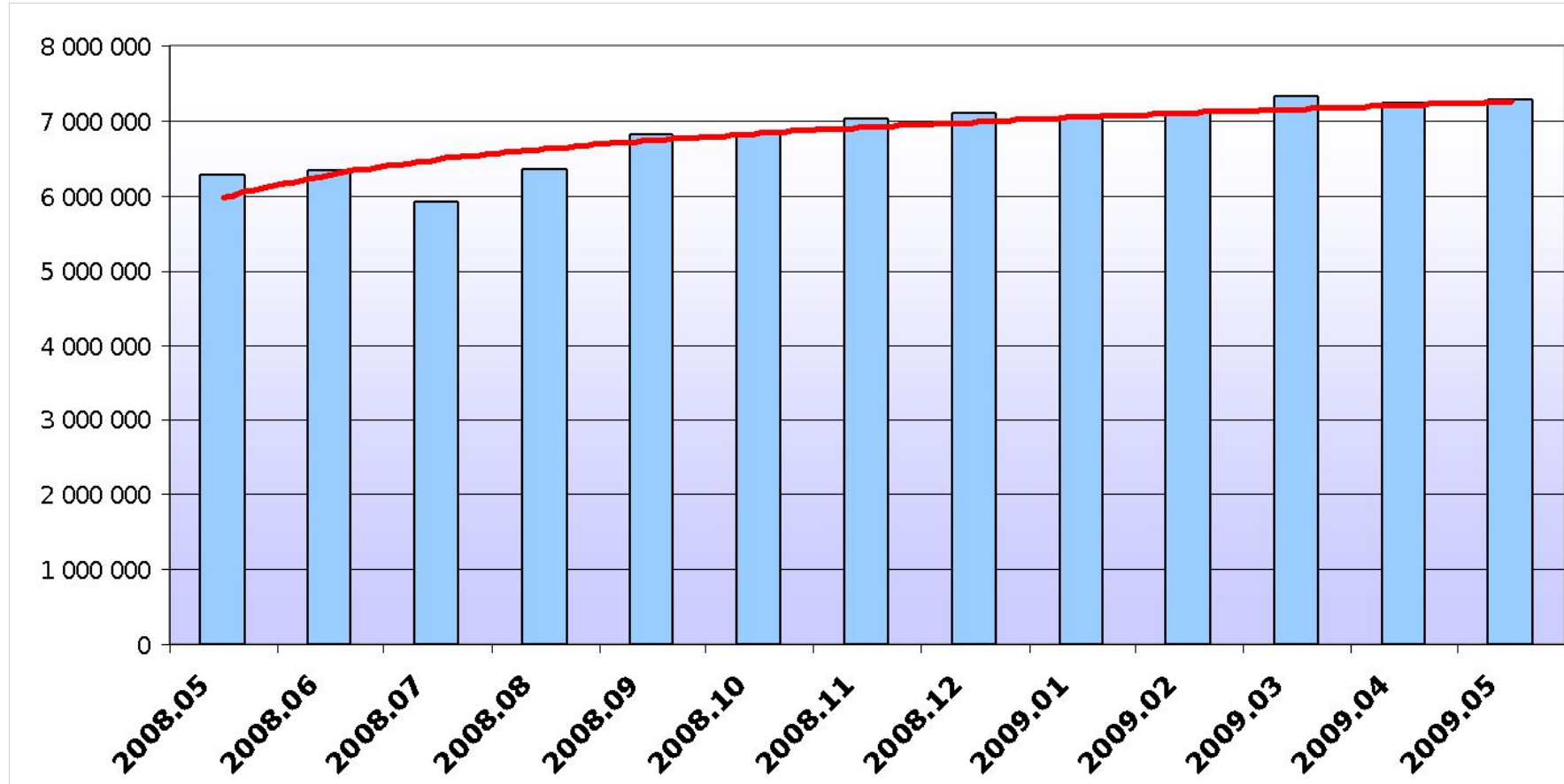


УКРАЇНСЬКА АСОЦІАЦІЯ
ІНТЕРНЕТ РЕКЛАМИ

Интернет реклама не панацея, но
эффективный инструмент.

Кризисные тенденции

Прирост по сравнению с апрелем 2008 – 1,15 млн. – 18,7%.



source: gemiusAudience,
04.2008-04.2009

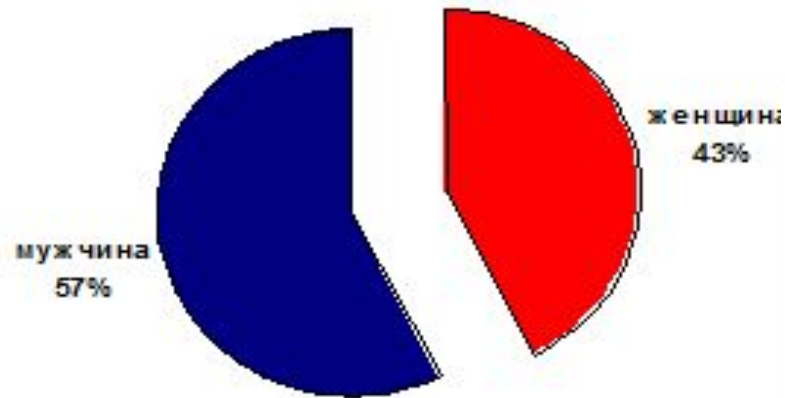


УКРАЇНЬСЬКА АСОЦІАЦІЯ
ІНТЕРНЕТ РЕКЛАМИ

Пол интернет-пользователей

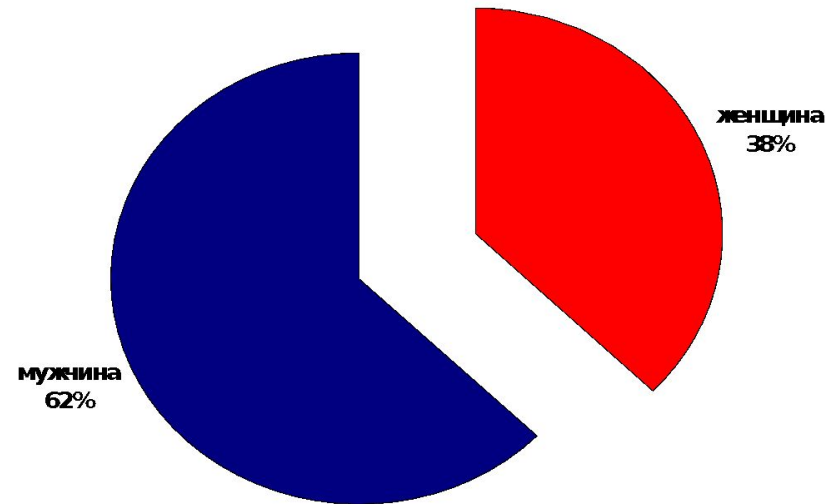
Прирост по сравнению с апрелем 2008 – 1,15 млн. – 18,7%.

Состав аудитории по полу



Источник: gemiusAudience, 05.2009

Состав просмотров по полу



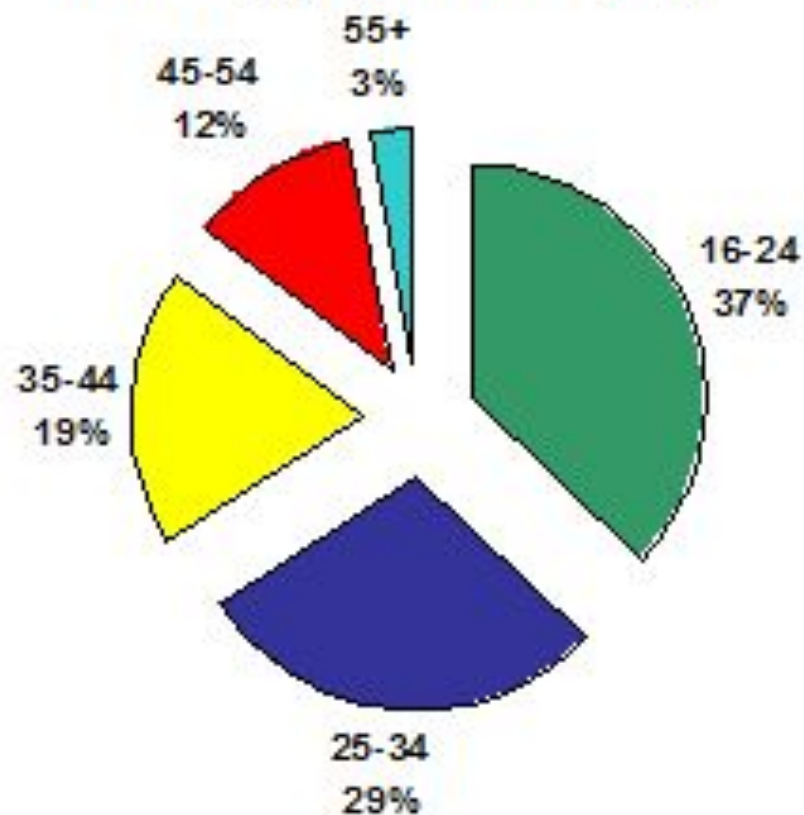
source: gemiusAudience,
04.2008-04.2009



УКРАЇНЬСЬКА АСОЦІАЦІЯ
ІНТЕРНЕТ РЕКЛАМИ

Возраст интернет-пользователей

Состав аудитории по возрасту



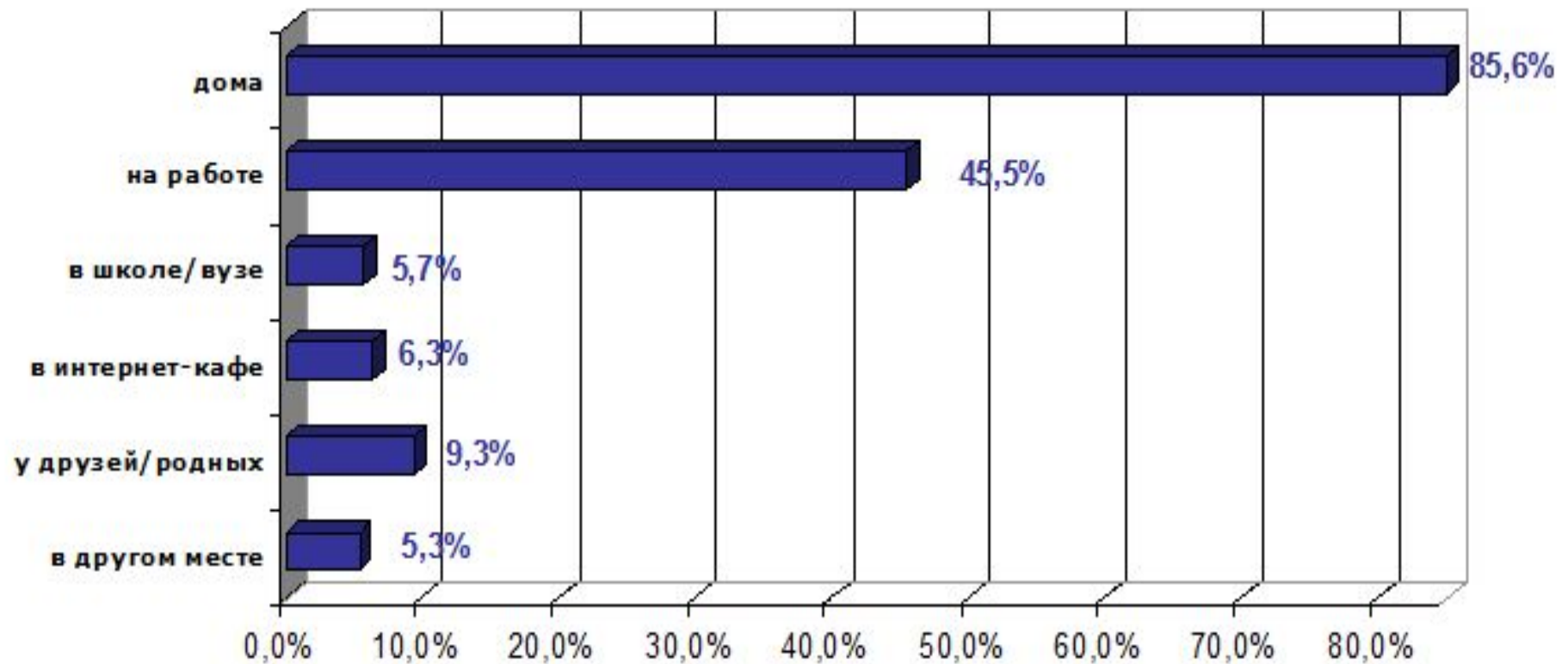
source: gemiusAudience,
04.2008-04.2009



УКРАЇНСЬКА АСОЦІАЦІЯ
ІНТЕРНЕТ РЕКЛАМИ

Место доступа в интернет

Где у пользователей есть возможность выхода в интернет в течение месяца



04.2008-04.2009



УКРАЇНЬСЬКА АСОЦІАЦІЯ
ІНТЕРНЕТ РЕКЛАМИ

Пользователи по регионам

Состав аудитории по регионам

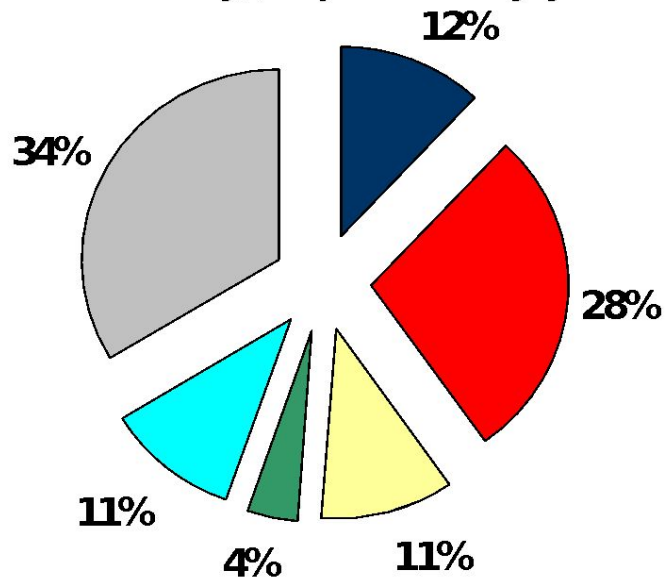


Топ-5 регионов по активности среднего пользователя

Область	Ср. число просмотров на посетителя	Ср. время на посетителя [ч: мин:сек]
Киев	173,79	3:56:57
Тернопольская	217,34	3:46:45
Волинская	176,18	3:57:43
Ивано-Франковская	191,27	3:58:36
Киевская	125,43	2:50:20

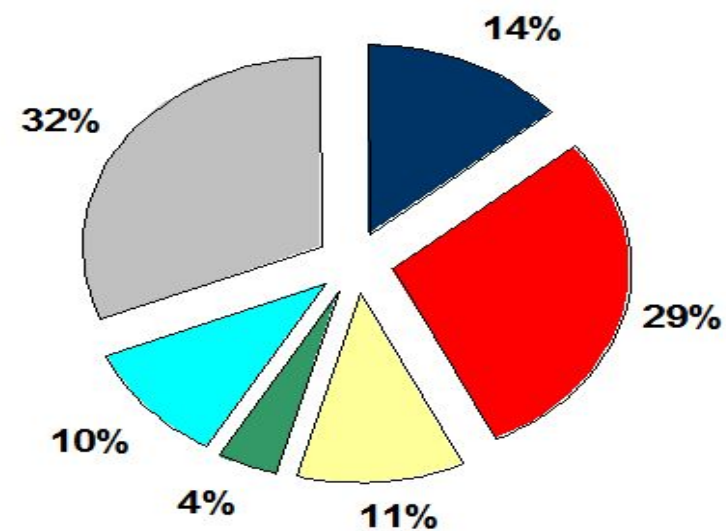
Род занятий интернет-пользователей

Состав аудитории по статусу



- топ-менеджмент
- квалифицированный специалист
- офисный работник
- рабочий/технический рабочий
- другая должность
- не работают

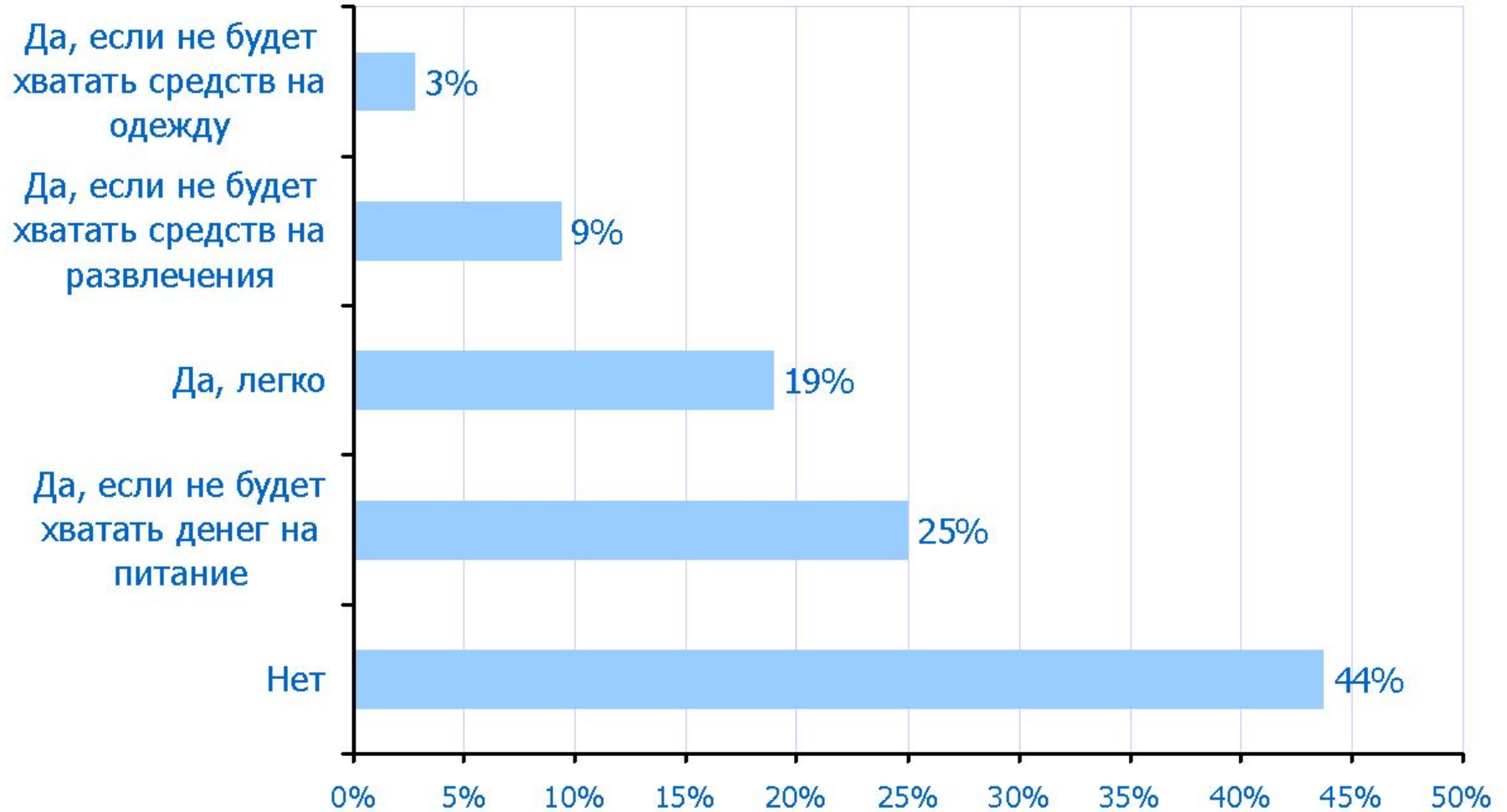
Состав просмотров по статусу



Источник: gemiusAudience, 05.2009

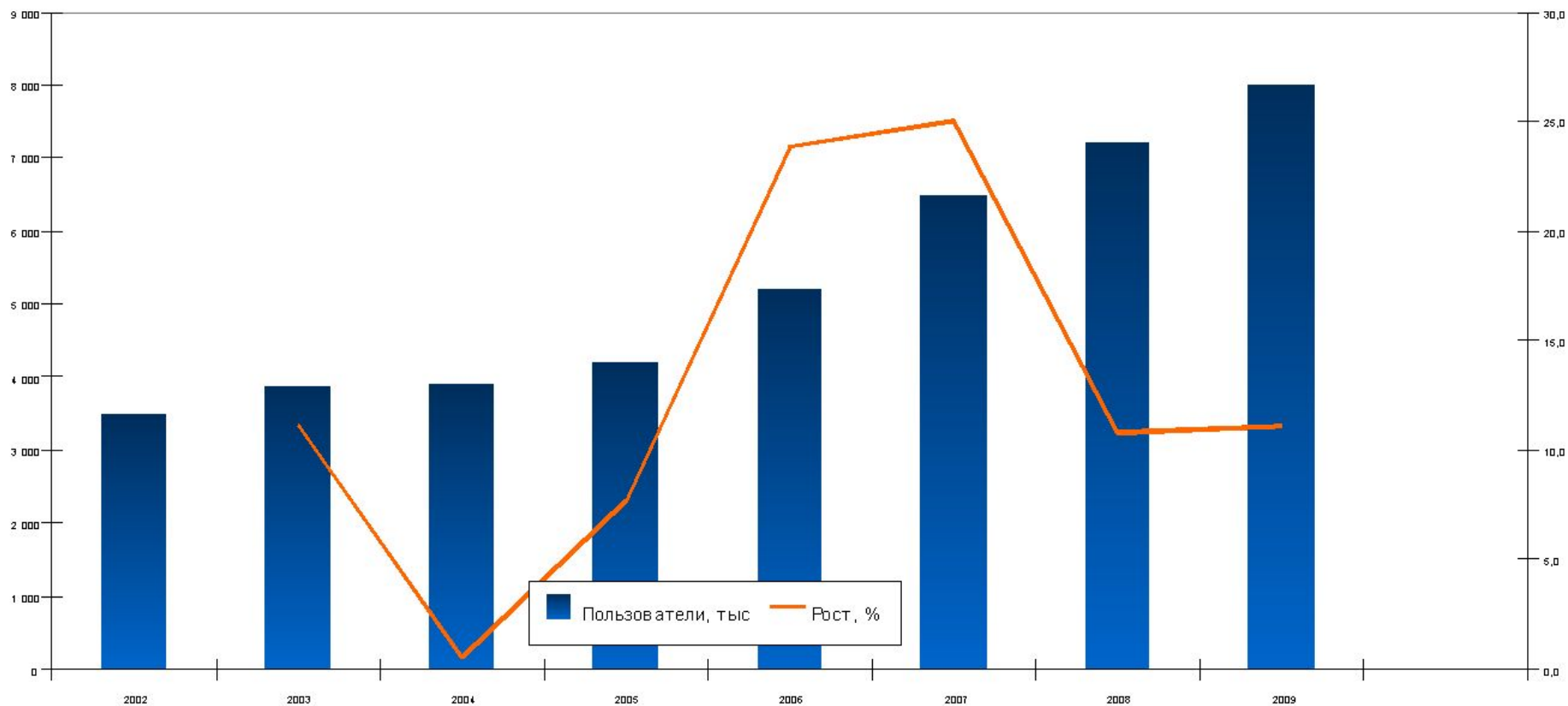
А если станет хуже?

Готовы ли Вы отказаться от Интернета?



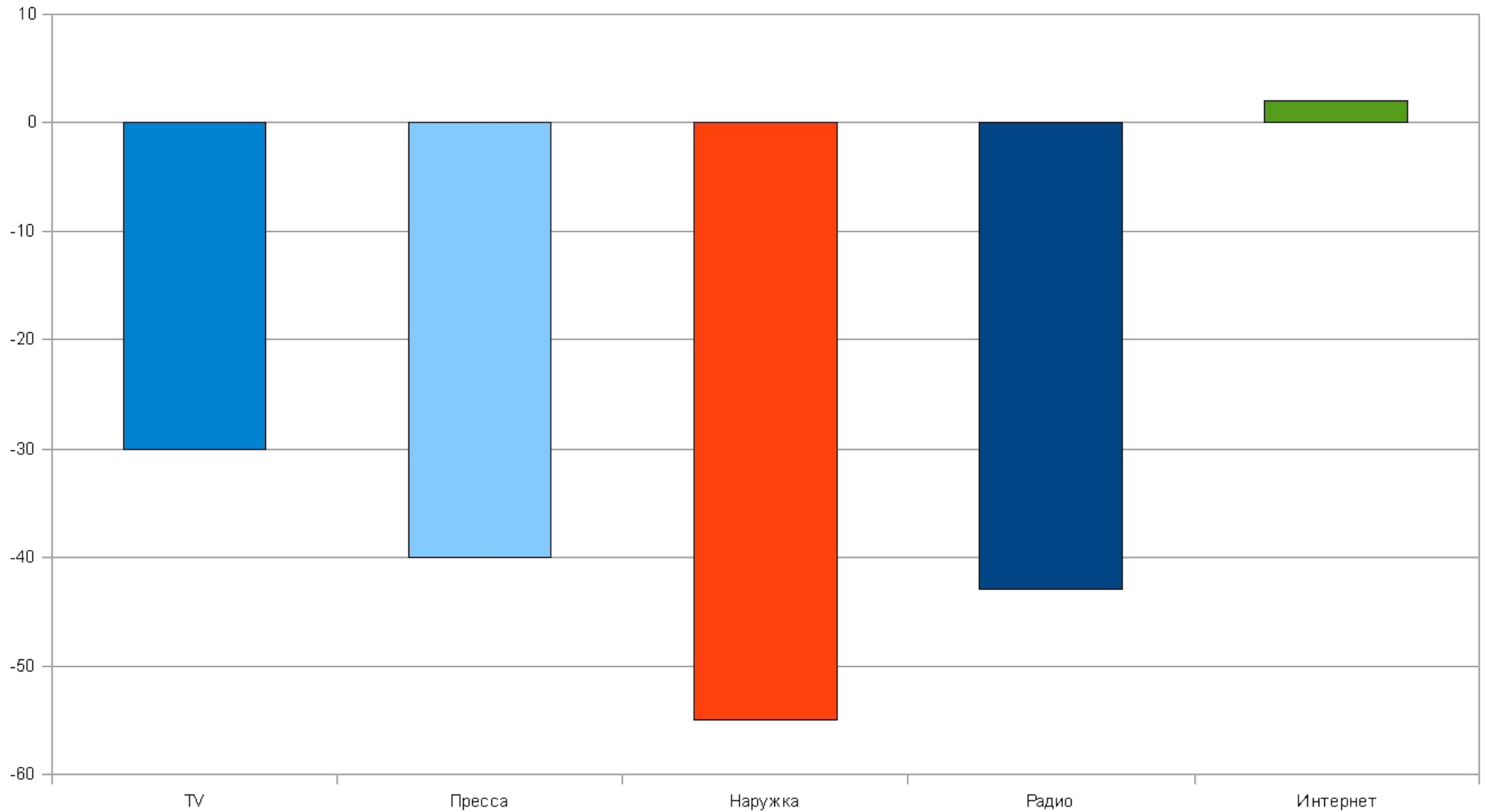
исочник: Исследование Рамблер

Рост есть.

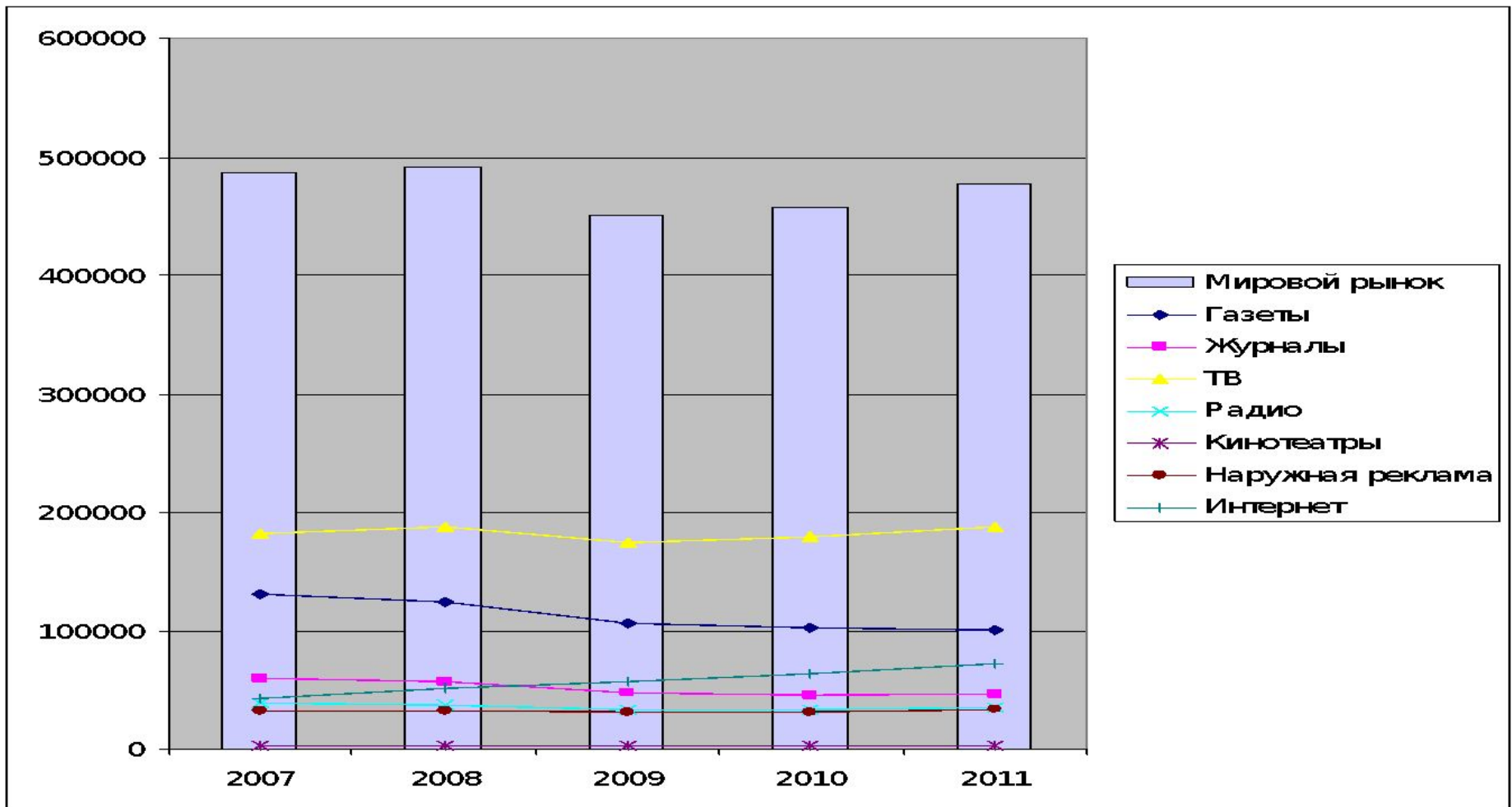


УКРАЇНСЬКА АСОЦІАЦІЯ
ІНТЕРНЕТ РЕКЛАМИ

Темпы падения



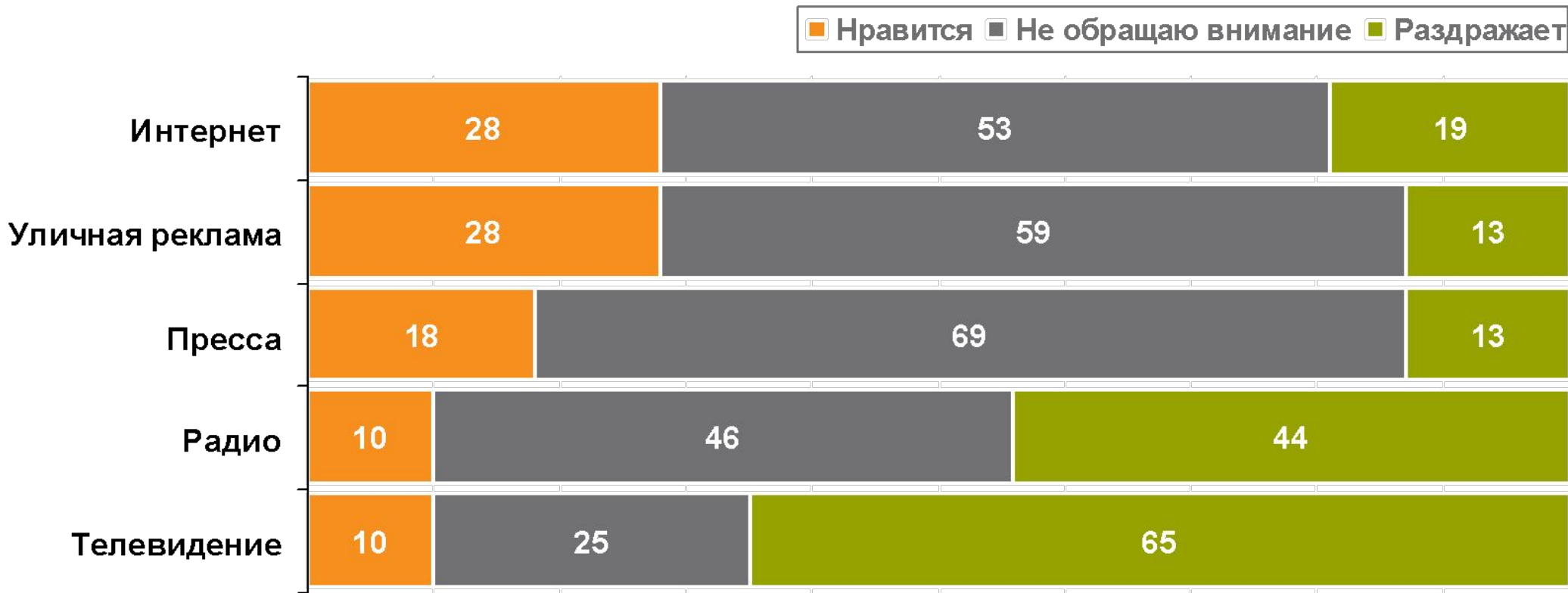
Мировые рынки



Кто в игре?



Отношение к рекламе интернет пользователей



Источник: Web-rating, 2008/4 (ноябрь)

Количество опрошенных: 7606 человек

Общее медиапотребление Частота

Когда в последний раз Вы... ?



N=1500 – all respondents

Почти все украинские пользователи интернета искали информацию в интернете и проверяли электронную почту в течение недели, предшествовавшей опросу. Для просмотра ТВ результат ниже на 16%, чем для «онлайн-серфинга». Ок. 2 из 3 пользователей слушали радио в течение недели, предшествовавшей опросу.

Source: gemiusReport, April 2009

Менее популярными видами активности является чтение ежемесячных изданий и поход в кинотеатр.

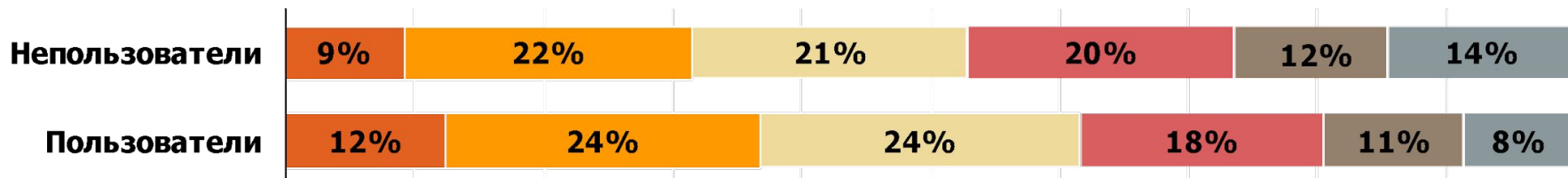
Source: gemiusReport, April 2009

Использование других медиа

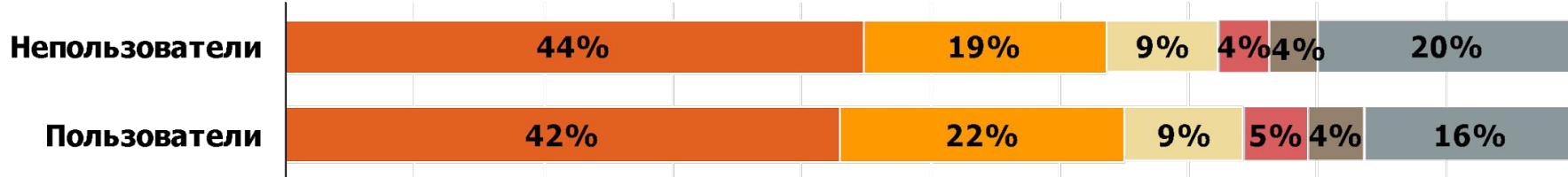
% респондентов в каждой группе

Газеты

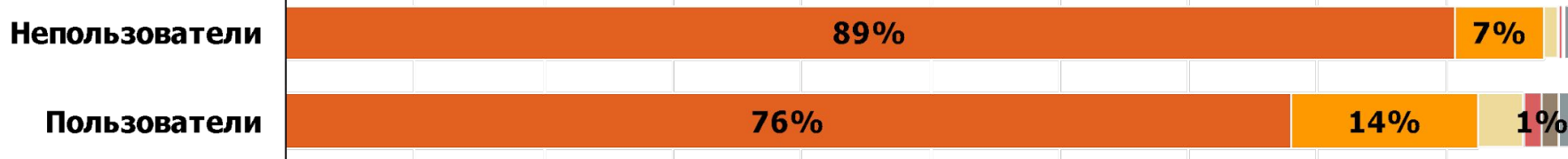
Журналы



Радио

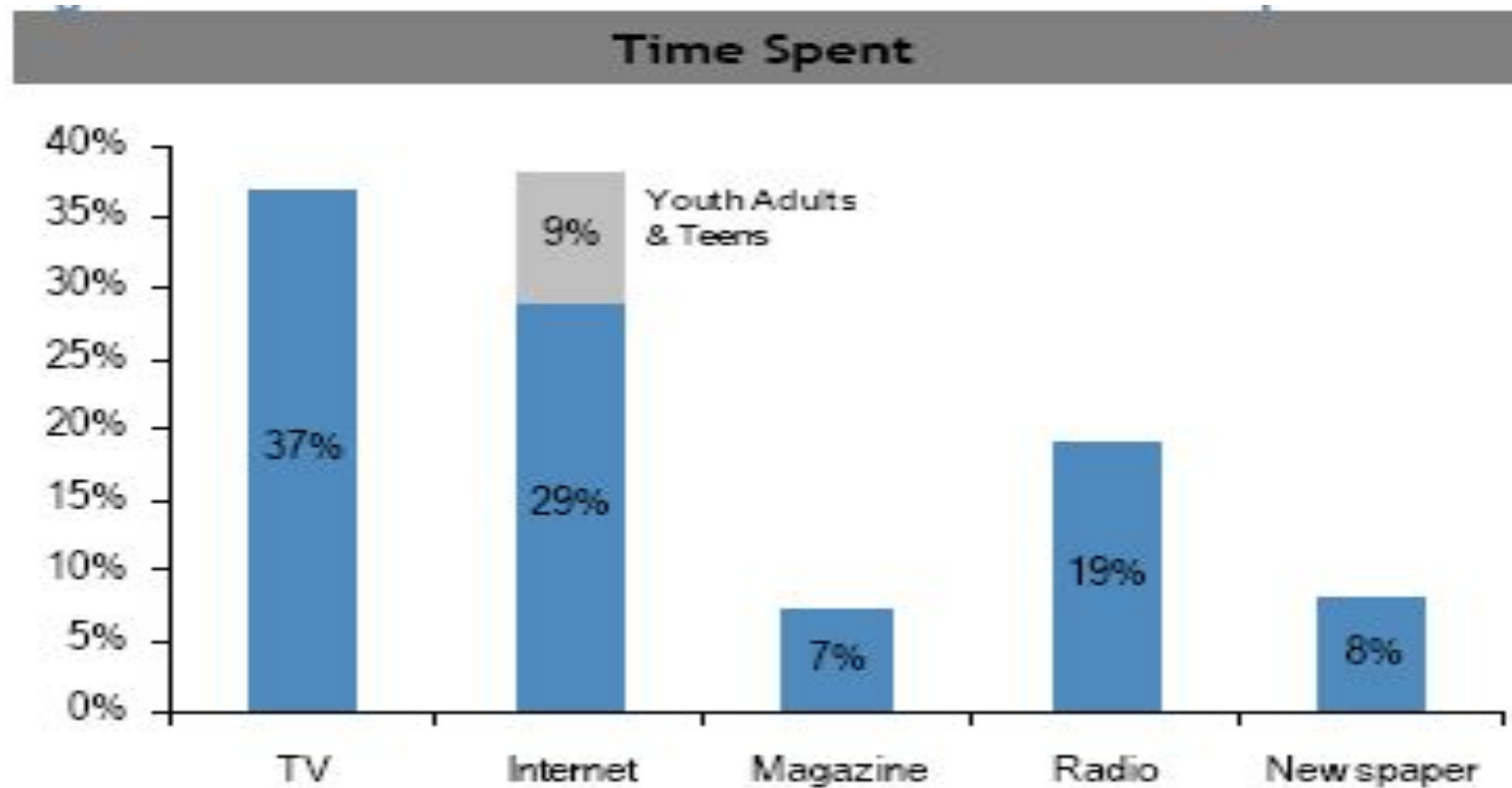


ТВ



N1 (пользователи): 1249
 N2 (непользователи): 1751

Как тратим время?



Source: After TV: Nielsen Media Research Custom Survey 2008 and Samir Arora Glam Media

Как потребляем?

Как часто, находясь в Интернет, вы параллельно смотрите телевизор?

Всегда; 17%

Никогда; 26%

Часто; 15%

Редко; 16%

Иногда; 26%



Consumers Leading Way – 58% CAGR in IP Traffic, 2005E-2011E

Global IP Traffic



Source: Cisco Systems, Global IP Traffic Forecast and Methodology; Mobility segment (0.1% of traffic in 2007) not displayed

Резервы роста

- Пропускная способность (количество показов)
- Количество площадок
- Рост аудитории
- Пересмотр рекламных стратегий рекламодателями
- Новые игроки

Тенденции 2009

- Интернет второе медиа по вниманию со стороны клиентов.
 - Многие крупнейшие рекламодатели закупают интернет отдельной кампанией
 - Развитие методов учета затрат
 - Посторение сложных медиамиксов
 - В сложной экономической ситуации ни один крупный рекламодатель не отказался от рекламы в интернете, некоторые даже увеличили ее долю.

Спасибо.

www.uair.org.ua



**УКРАЇНСЬКА АСОЦІАЦІЯ
ІНТЕРНЕТ РЕКЛАМИ**