

Профил и тенденции в развитието на интернет потребителите

9 юни 2009 год.



- Промяна в демографския профил на потребителите
 - Промяна в поведението на потребителите
 - Типове потребители

Промяна в демографския профил

Проникване на интернет

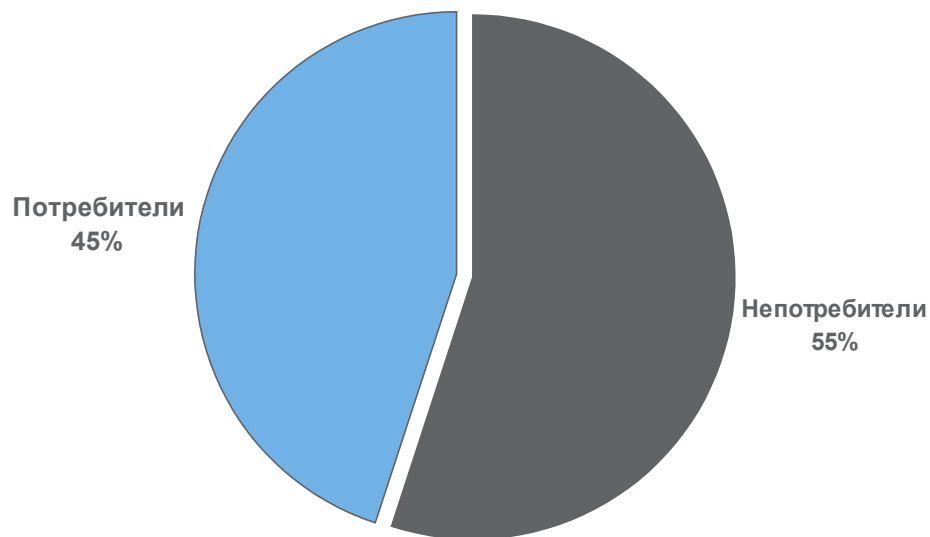
• Дефиниция

2 + години

• Интернет население

3,000,000

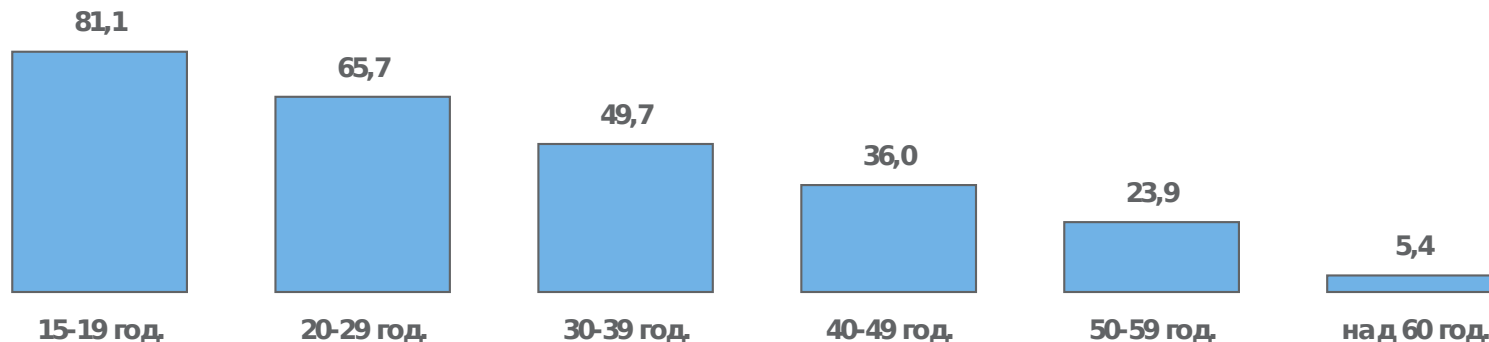
Април 2009 година



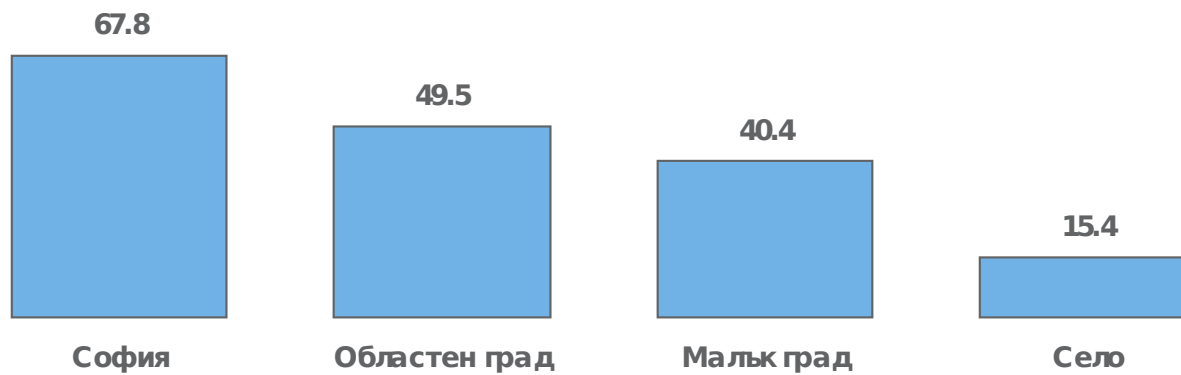
Проникване на интернет

Март 2009 година

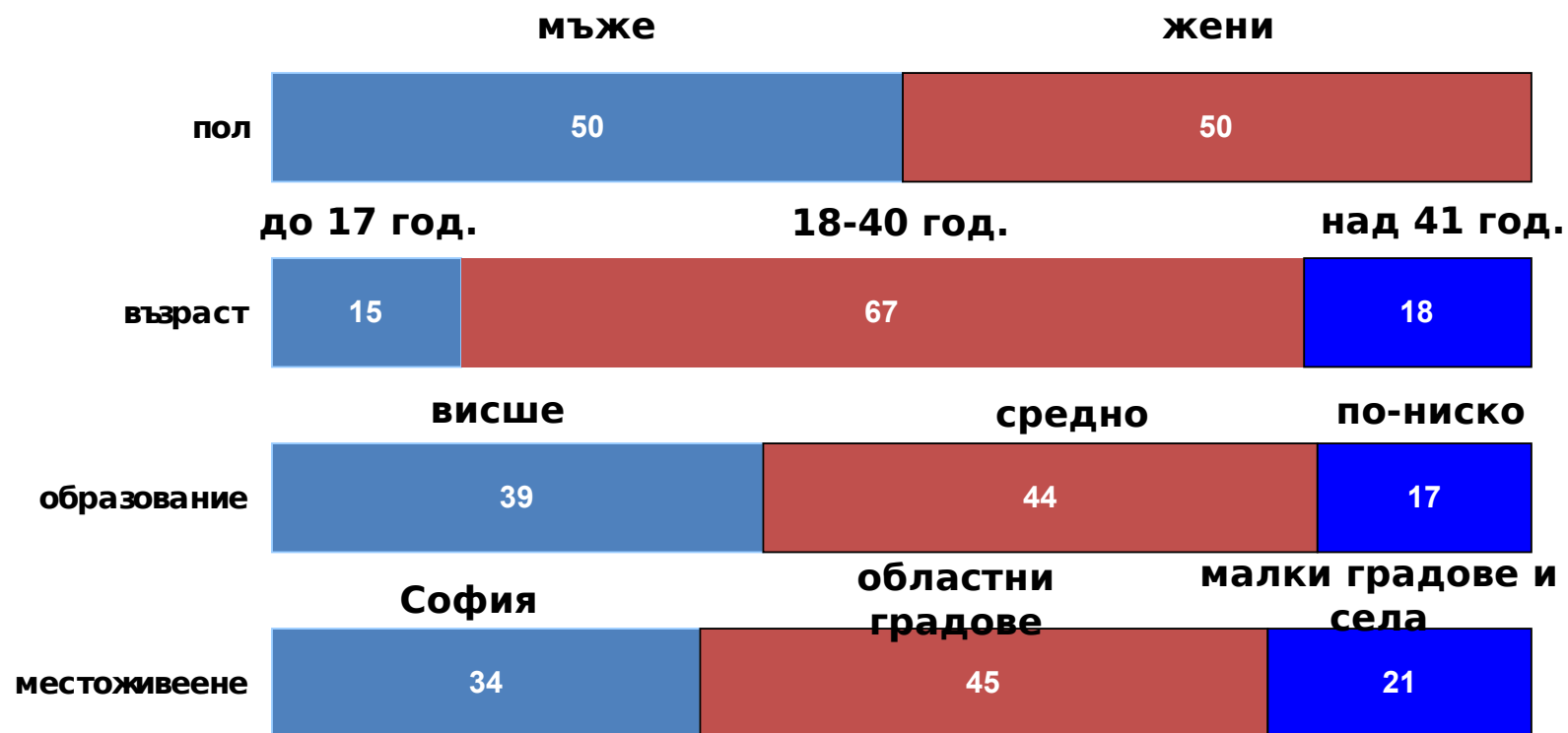
Проникване сред възрастови групи



Проникване по тип населено място

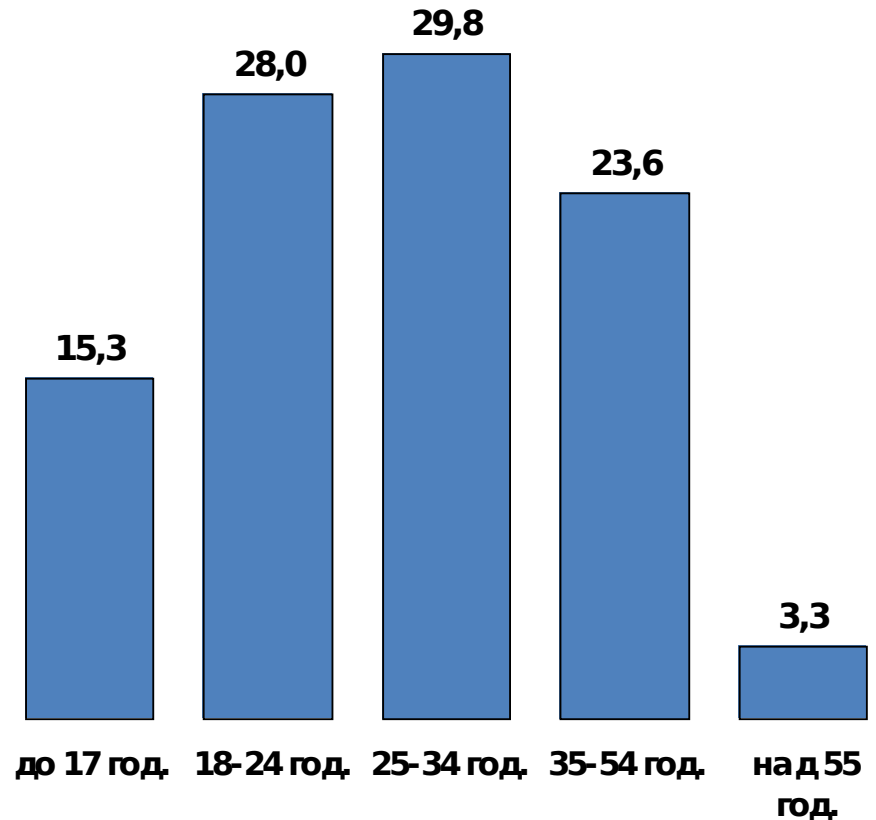


Демографски профил на потребителите



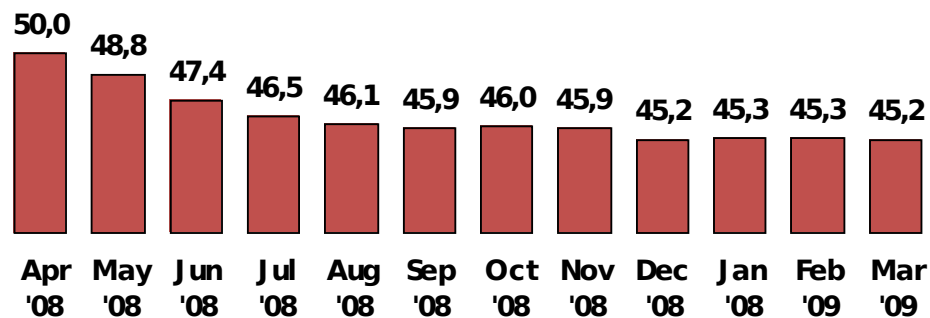
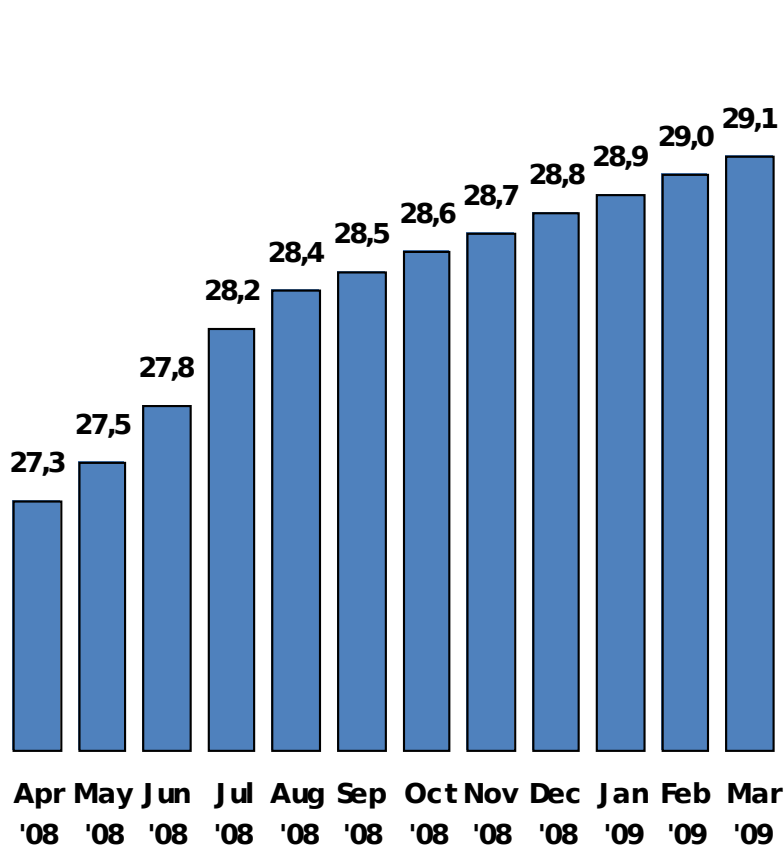
Възраст на потребителите

средна възраст:

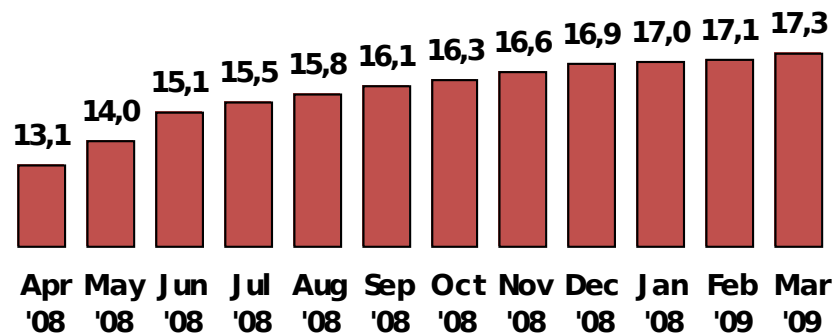


Възраст на потребителите

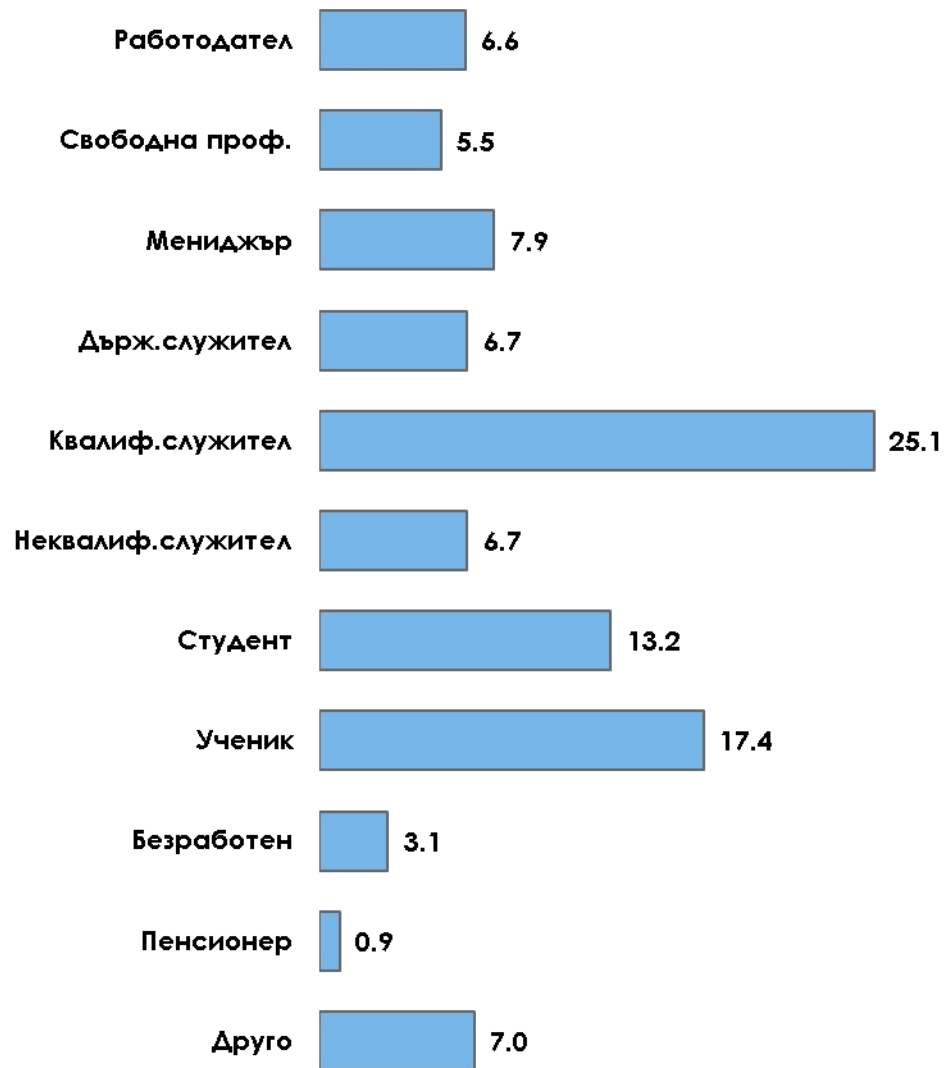
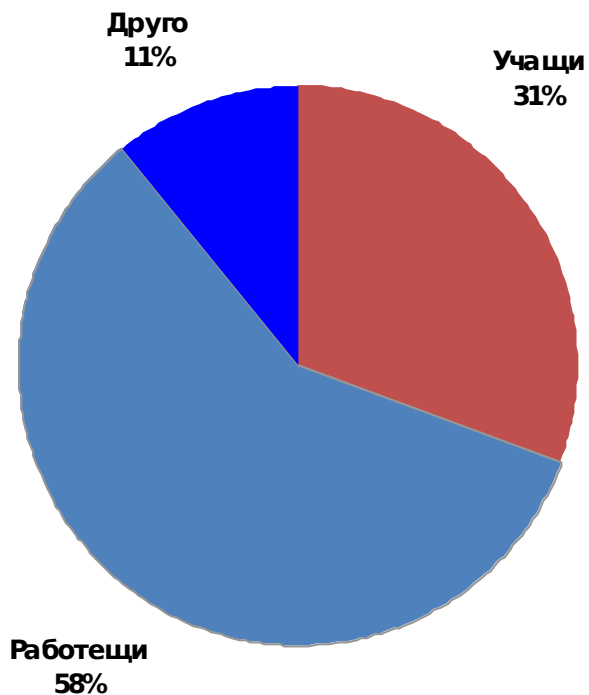
По-младите (18-30 години)



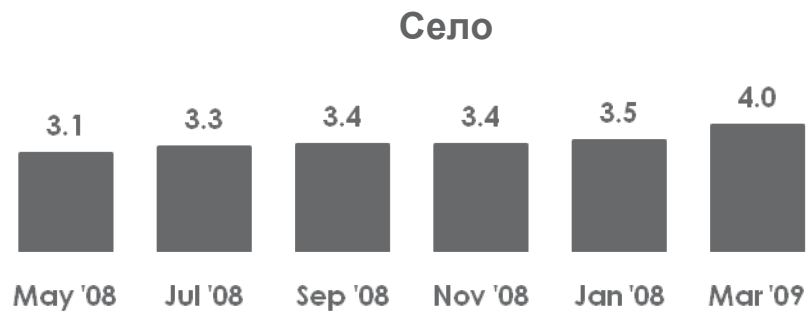
По-възрастните (над 40 год.)



Зааетост на потребителите

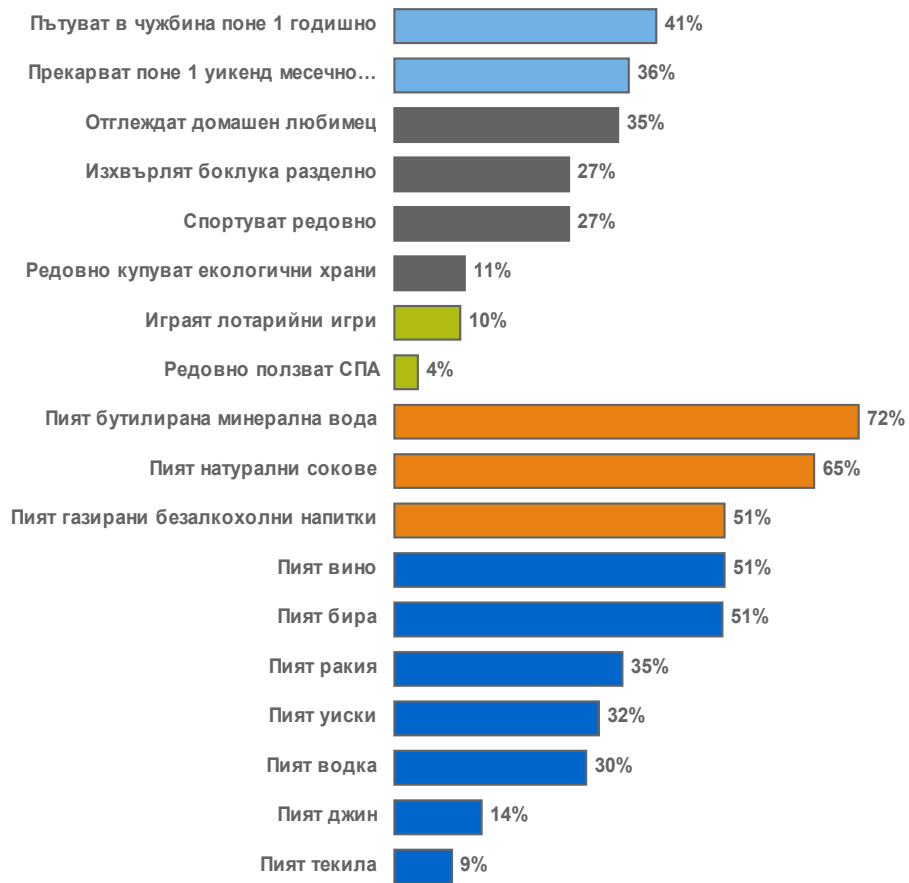
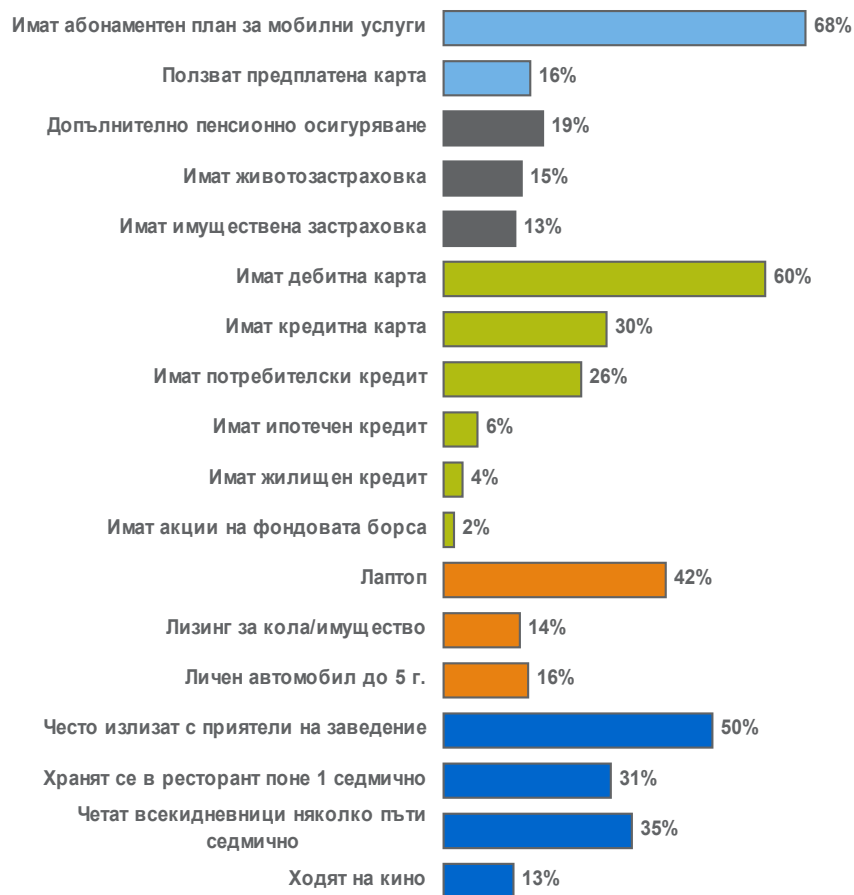


Местоживеене (тип населено място)



Потребители на...

Февруари 2009 година



Промяна в поведението

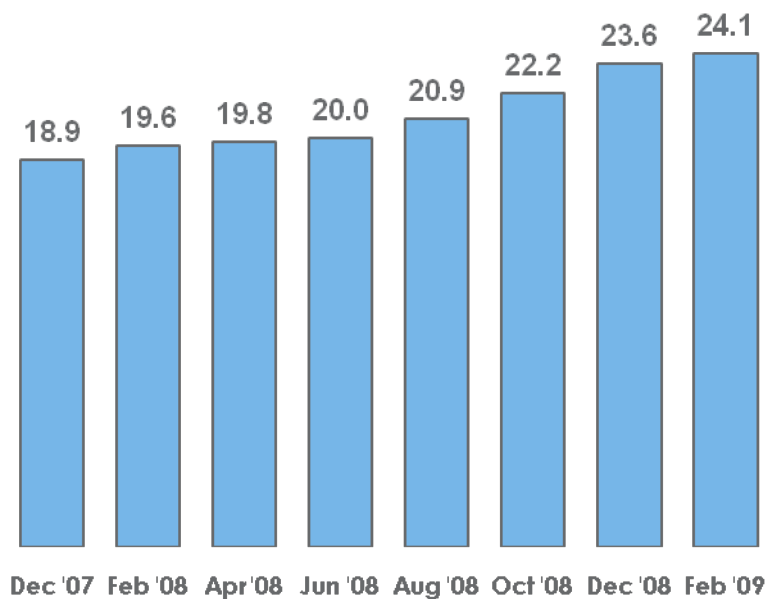
Кратък поведенчески профил

- Средна честота на ползване **5.7 пъти/седмица**
- Честота на влизане на ден **2,6 пъти**
- Средно време на сесия **9,0 минути**
- Средно време на ден **24 минути (в МИ)**
- Над 90 минути на ден **50,1 % (общо)**

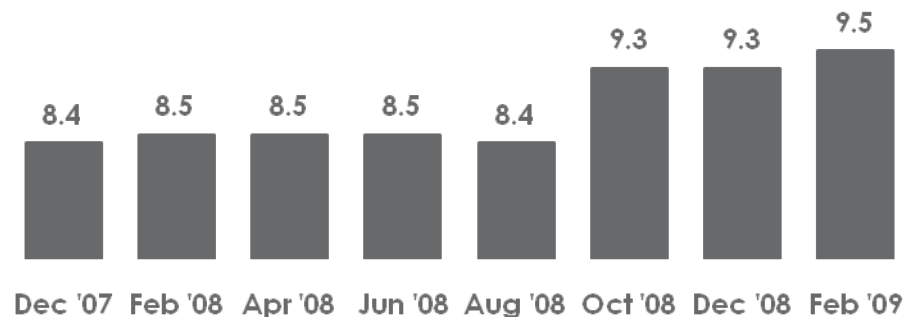
Време, прекарвано в интернет

Среден брой минути на ден

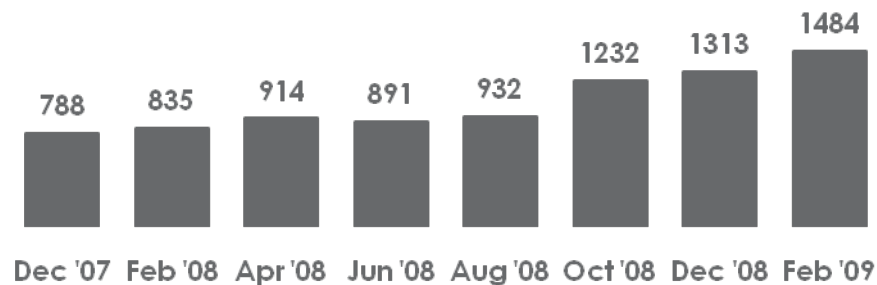
Нилсън Онлайн



Средно време на сесия (минути)



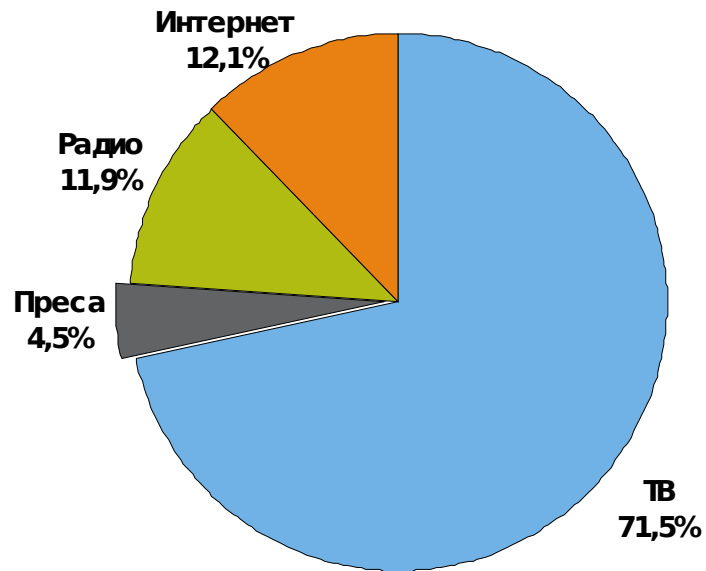
Общо време на месец (години)



Media Time Mix

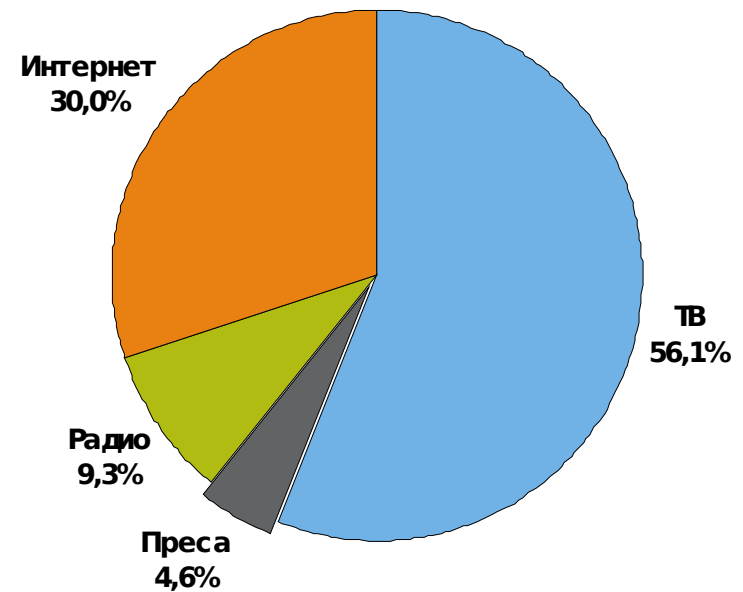
Февруари 2009 година

Всички над 15 години



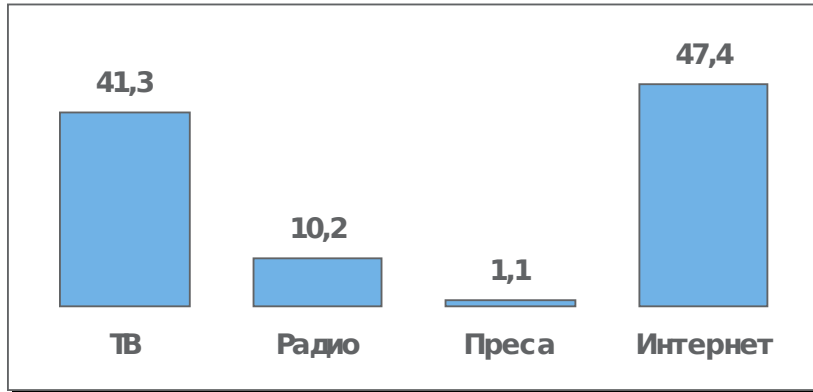
Общо 3 ч. 55 мин.

Интернет потребители над 15 години

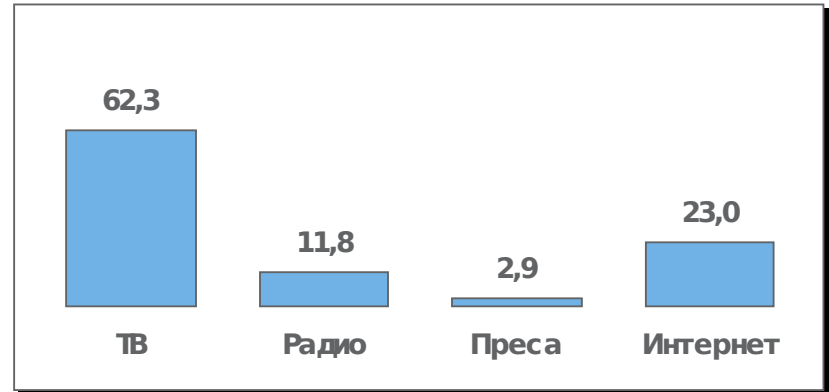


Медия времето на групи потребители

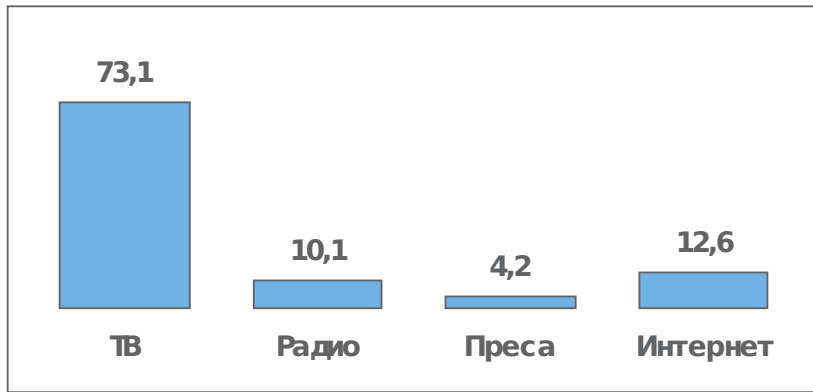
15-19 години



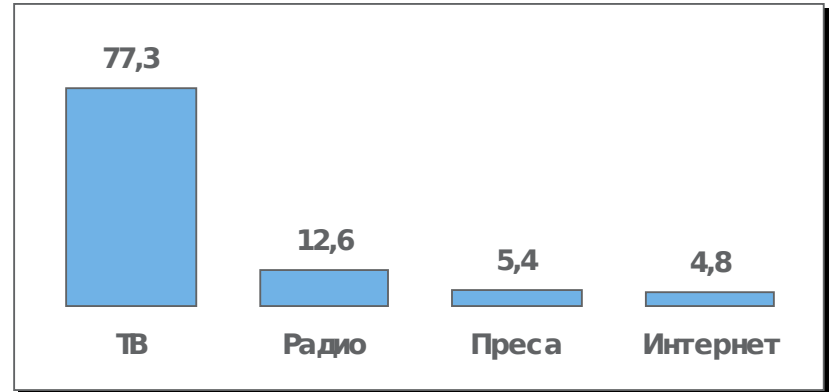
20-29 години



30-39 год.



Над 40 год.



Типове потребители



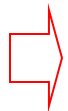
Българите - начин на живот 2009

**Единственият цялостен lifestyle анализ на
българските потребители**



Пазарен компас

- 130 твърдения за отношенията и нагласите към всички аспекти на живота
- Факторен и клъстерен анализ, определящи основните твърдения диференциращи хората
- Нашата цел - пълнокръвни образи, които да познаваме, откриваме и разбираме сред всички потребители на пазара



За да знаем какво и как да им продаваме...



- Един и същ доход
- Еднакво образование
- На една възраст

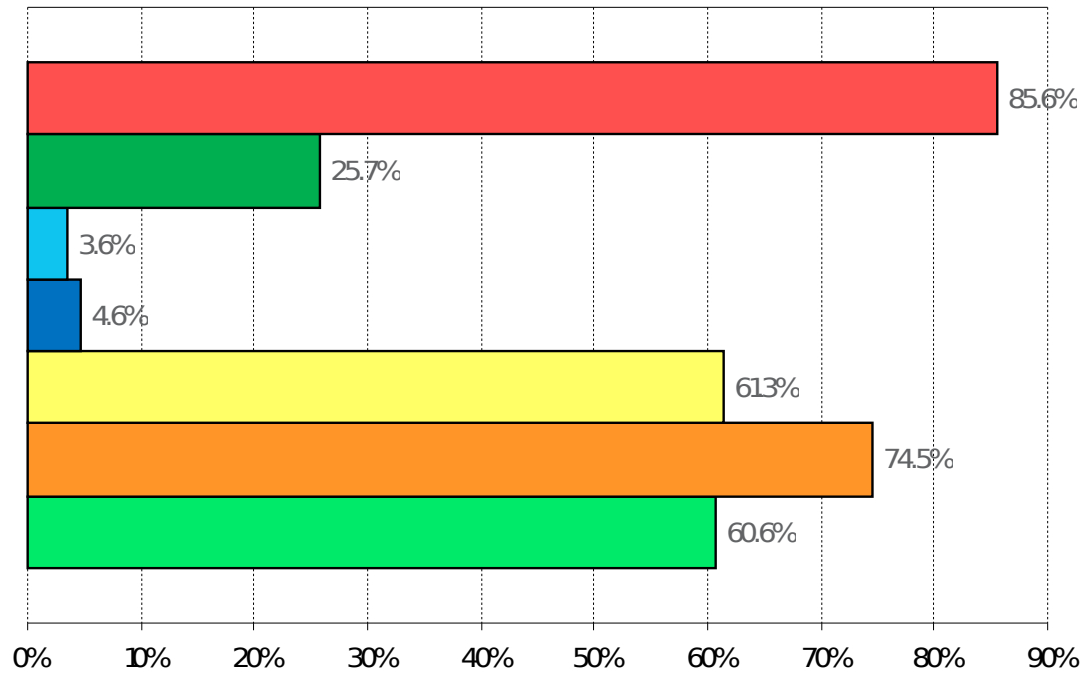
- Различна мотивация
- Различни ценности
- Различен начин на живот

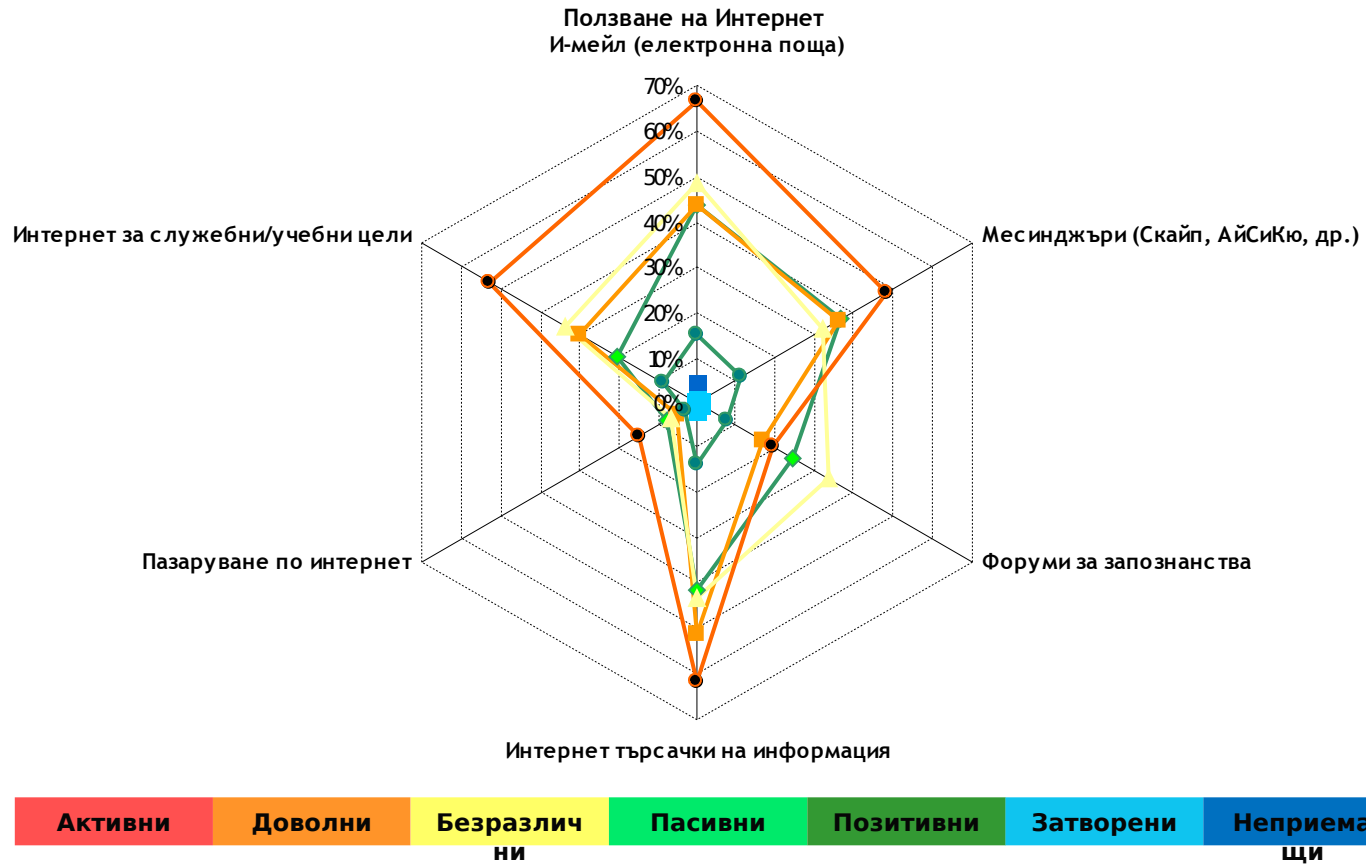


Различни потребителски избори



Ползване интернет в различните групи





Знаете ли...

**...къде ще са сегашните Ви
клиенти утре?**

**...кои ще са бъдещите Ви
потребители?**

и ...защо?



Пазарен компас



БЛАГОДАРЯ ЗА ВНИМАНИЕТО!