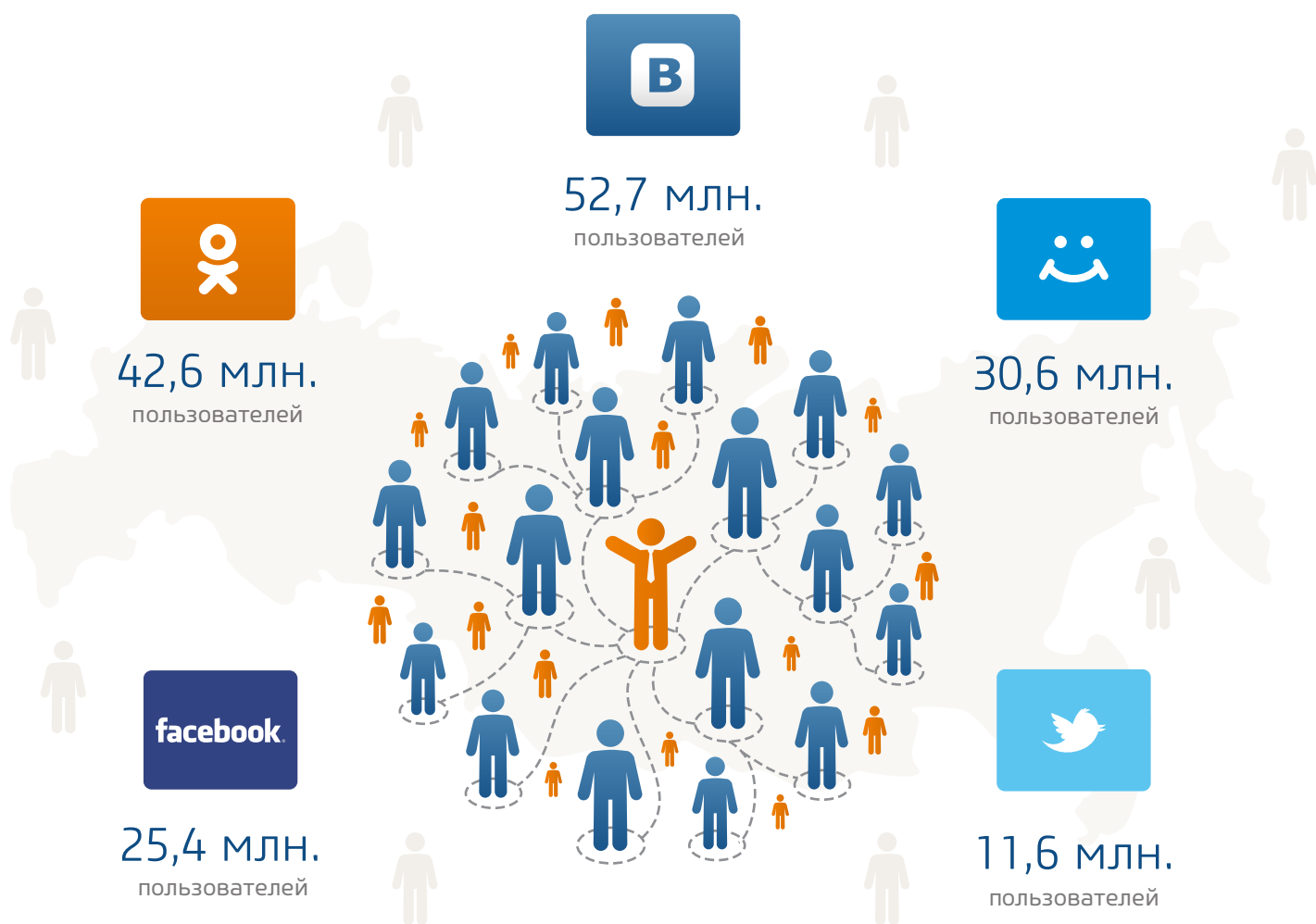


Месячная аудитория социальных сетей

Для анализа было отобрано 5 наиболее популярных социальных сетей в России по данным TNS.

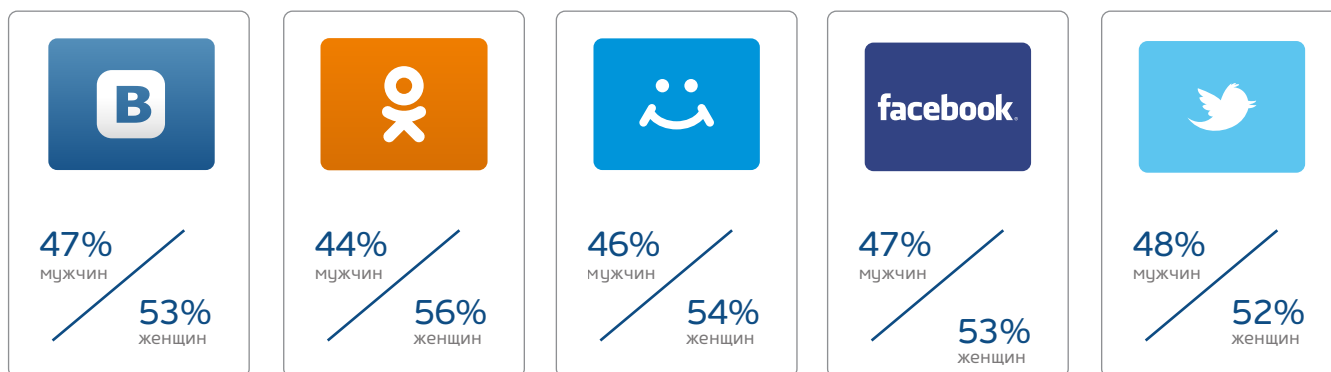


Источник: TNS Web-Index, месячная аудитория, январь 2014



Пол

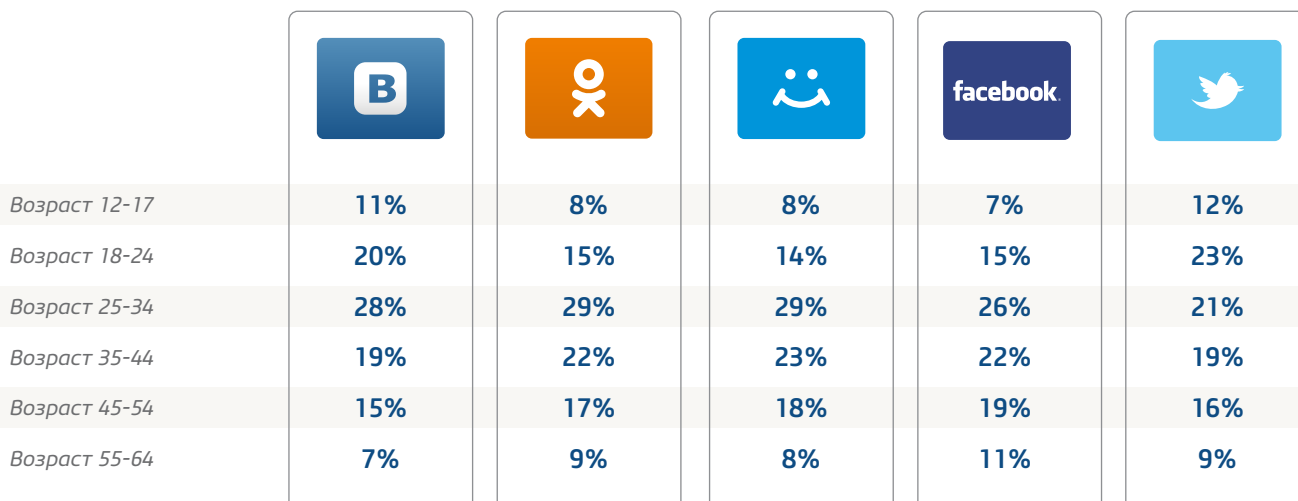
По последним данным, среди пользователей рунета женщин чуть больше, чем мужчин (52% против 48%²). Эта же тенденция прослеживается и среди пользователей социальных сетей. Наиболее высокий процент женщин среди пользователей Одноклассников (56%), тогда как в Twitter их лишь немногим более половины.



Источник: TNS Web-Index, месячная аудитория, январь 2014

Возраст

Наиболее активными пользователями социальных сетей являются люди в возрасте 25-34 лет. Эта группа составляет порядка 27% пользователей рунета³. Facebook отличается от остальных социальных сетей более возрастной аудиторией, в то время как Twitter и ВКонтакте сильны молодежью до 24 лет.



Источник: TNS Web-Index, месячная аудитория, январь 2014






2 TNS Web-Index, январь 2014

3 TNS Web-Index, январь 2014



Занятость

Среди пользователей Twitter и ВКонтакте заметно выше доля учащихся (23% и 19% соответственно), что неудивительно, ведь доля подростков у них наибольшая по сравнению с другими сетями. Среди пользователей Одноклассников наблюдается чуть больше служащих (20%), а среди пользователей Facebook специалистов (25%).

					
<i>руководители</i>	13%	14%	14%	16%	14%
<i>специалисты</i>	22%	22%	23%	25%	23%
<i>служащие</i>	19%	20%	19%	18%	16%
<i>рабочие</i>	14%	15%	16%	14%	12%
<i>учащиеся</i>	19%	14%	13%	13%	23%
<i>домохозяйки</i>	6%	7%	7%	5%	5%
<i>др. неработающие</i>	7%	8%	8%	9%	7%






Источник: TNS Web-Index, месячная аудитория, январь 2014



География






Пользователи социальных сетей неравномерно распределены по российским федеральным округам. Наибольшая доля всех рассматриваемых соцсетей приходится на Центральный ФО. Меньше всего пользователей сосредоточено в Дальневосточном округе.

В Центральном ФО – лидируют Facebook (31%) и Twitter (30%), Южном и Сибирском (17% и 16% соответственно) – Одноклассники, в Северо-Западном ВКонтакте и Twitter (по 11%). В Приволжском, Уральском и Дальневосточном ФО популярность социальных сетей распределена достаточно равномерно.

					
Центральный	28%	27%	27%	31%	30%
Приволжский	20%	19%	20%	19%	20%
Южный	15%	17%	16%	15%	14%
Сибирский	13%	16%	14%	13%	13%
Уральский	9%	9%	9%	8%	9%
Северо-Западный	11%	7%	9%	10%	11%
Дальневосточный	4%	5%	5%	4%	4%

Источник: TNS Web-Index, месячная аудитория, январь 2014

Социальные сети одинаково популярны в городах и селах, однако различия между размером населенного пункта и долей той или иной сети все же имеются. Так, доля пользователей Одноклассников заметно выше в небольших городах, в то время как пользователей Facebook и Twitter больше в крупных городах с населением более 800 тысяч человек.

					
800 тыс. чел. и более	29%	23%	28%	34%	35%
от 500 до 800 тыс. чел.	9%	9%	10%	10%	10%
от 100 до 500 тыс. чел.	23%	25%	23%	24%	25%
менее 100 тыс. чел.	39%	43%	39%	32%	30%

Источник: TNS Web-Index, месячная аудитория, январь 2014

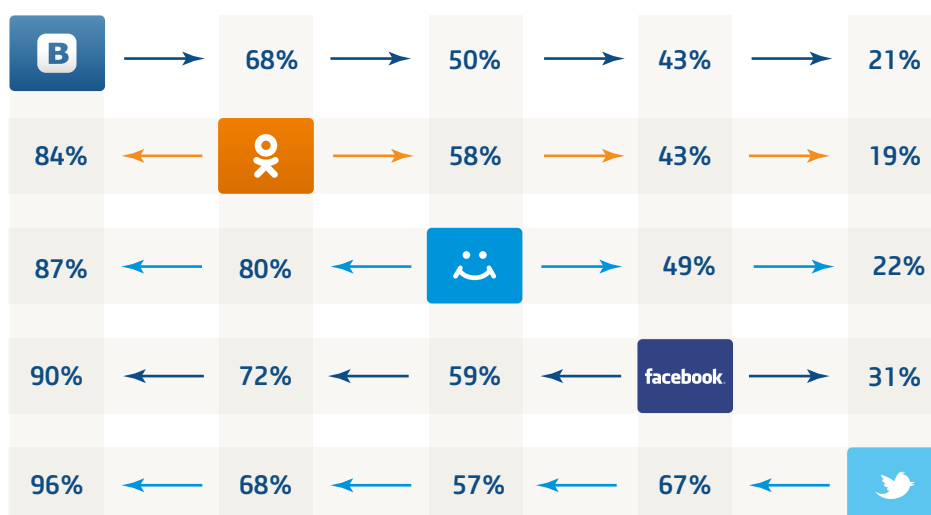


Перекрестная аудитория

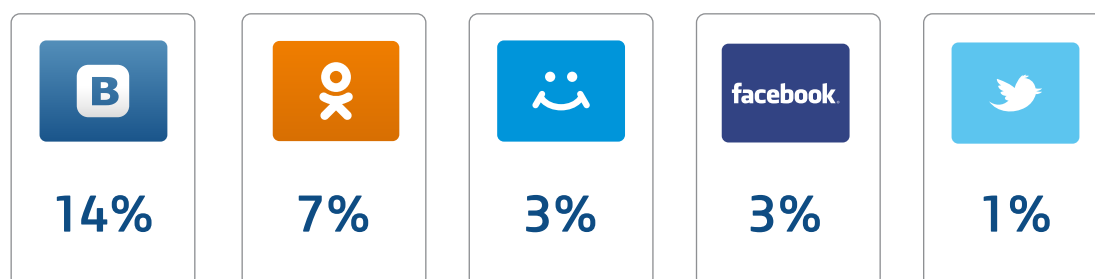
В России широко распространено наличие аккаунтов в разных социальных сетях. Наиболее «верные» пользователи оказались в Одноклассниках и ВКонтакте. 7% и 14% их месячной аудитории не посещали другие сети в течение последнего месяца. Среди пользователей Twitter таких меньше всего.

Месячная аудитория Моего Мира чаще всего пересекается с ВКонтакте (87%) и Одноклассниками (80%). Пользователи Одноклассников, по сравнению с пользователями Моего Мира, меньше пересекаются с ВКонтакте (84%) и Моим Миром (58%). 68% пользователей ВКонтакте также посещают Одноклассники. Девять из десяти пользователей Facebook заходят во ВКонтакте, а среди пользователей Twitter таких еще больше (96%).

Перекрестная аудитория



Эксклюзивная аудитория⁴



Источник: TNS Web-Index, месячная аудитория, январь 2014

⁴ Доля тех, кто заходил на интернет-проект хотя бы один раз в январе, но не заходил во все остальные соцсети



Поведение

Поведение участников разных социальных сетей существенно отличается. Если пользователи Одноклассников заходят реже, но проводят на страницах соцсети достаточно долгое время, то для пользователей ВКонтакте, наоборот, характерны более частые, но краткие визиты. Среднее посещение Одноклассников вдвое длительнее, чем ВКонтакте. В течение месяца во ВКонтакте заходят в 1,3 раза чаще, чем в Одноклассники.

По количеству просмотров страниц за месяц Одноклассники являются безоговорочным лидером, более чем в 1,7 раз обгоняя число просмотров в сети ВКонтакте. Интересно, что по количеству просмотренных страниц Мой Мир опережает Facebook и Twitter вместе взятые.

	<i>Среднее число минут на визит</i>	<i>Среднее число визитов на пользователя</i>	<i>Количество просмотренных страниц за месяц</i>
	20,3	31,2	64,3 млн
	9,7	39,2	37,1 млн
	3,3	7,0	1,5 млн
	7,6	7,3	1,1 млн
	1,8	6,9	0,2 млн

Источник: comScore, месячная аудитория, январь 2014

По вопросам размещения рекламы:

Молчанов Артём Александрович

molchanov@dmonsters.ru

+7 495 230 15 23

+7 978 712 54 50