

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТ В УКРАИНЕ: ВОСПРИЯТИЕ ИНСТРУМЕНТОВ ИНТЕРНЕТ- МАРКЕТИНГА ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЯМИ УКРАИНЫ

РЕЗУЛЬТАТЫ ОН-ЛАЙН ОПРОСА

Сентябрь 2009

КОНТАКТНОЕ ЛИЦО:

Алёна Сидак
Директор iVOX Украина

T + 38 044 361 74 84

M+ 38 093 952 46 91

alyona@ivox.com.ua

iVOX
RESEARCH FACILITATORS



ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТ В УКРАИНЕ: ОТНОШЕНИЕ К РЕКЛАМЕ И МАРКЕТИНГУ В ИНТЕРНЕТ

Компания iVOX завершила 2-й этап исследования основных Интернет-трендов в Украине.

Всего опрошено **1500 респондентов** по выборке, которая репрезентует пользователей Интернет в Украине по таким показателям как пол, возраст и регион проживания.

Некоторые результаты опроса:

- Около **87%** респондентов как правило, ищут информацию о товарах и услугах в Интернете
- В рейтинг наиболее популярных для украинских пользователей поисковиков попадают: со значительным отрывом от остальных поисковых систем оказался **Google** (71,7%) , за ним следуют **Yandex** (16,6%), **Ukr.net** (4,1%).
- Респонденты достаточно **лояльно** относятся к Интернет-рекламе: около **58%** опрошенных считают, что онлайн рекламы как раз столько, сколько нужно.

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТ В УКРАИНЕ: ОТНОШЕНИЕ К РЕКЛАМЕ И МАРКЕТИНГУ В ИНТЕРНЕТ

В РЕЗУЛЬТАТЕ ПОЛУЧЕННЫХ ДАННЫХ КЛИЕНТ СМОЖЕТ:

- Понять, информацию о каких товарах/услугах украинцы чаще всего ищут в Интернете и какие инструменты для этого используют
- Определить, какие виды онлайн-рекламы оказывают наибольшее влияние на Интернет-пользователей Украины в зависимости от их профиля
- Выявить барьеры для использования и уровень доверия для тех или иных видов онлайн рекламы с точки зрения их восприятия целевой аудиторией
- Оценить использование новых каналов коммуникации (социальные сети, Twitter, RSS-ленты и т.д.) и их влияние на принятие решения о покупке
- Определить уровень эффективности различных инструментов Интернет-маркетинга относительно потенциальных потребителей
- Проанализировать предпочтения потребителей в коммуникации с компаниями в рамках организации программ лояльности с использованием direct mailing

КОМУ МОЖЕТ БЫТЬ ПОЛЕЗНОЙ ДАННАЯ ИНФОРМАЦИЯ?

- Компаниям, работающим либо планирующим работать в Интернет – пространстве
- Рекламным агентствам, использующим Интернет для размещения рекламы
- Непосредственно рекламодателям, целевая аудитория которых является регулярными посетителями Интернета
- Консалтинговым агентствам, специализирующимся на работе онлайн
- Любым веб-сайтам, которые хотят максимально изучить все привычки и предпочтения посетителей Интернет
- И многим другим ...

По результатам исследования подготовлен подробный АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ (в формате Excel), в котором содержится следующая информация:

1. Использование Интернет в качестве источника информации о товарах /услугах

- Частота использования Интернет в качестве источника маркетинговой информации
- Способы поиска в Интернете информации о товарах/услугах
- Наиболее популярные среди пользователей Интернет поисковые системы
- Товары/услуги, информацию о которых пользователи чаще всего получают посредством Интернет

2. Отношение к рекламе в Интернет

- Полезность он-лайн рекламы для Интернет- пользователей
- Оценка степени распространенности Интернет-рекламы
- Доверие к он-лайн рекламе
- Степень осведомленности о различных видах он-лайн рекламы
- Привлекательность различных видов он-лайн рекламы
- Эффективность различных видов он-лайн рекламы
- Отношение к баннерной рекламе

3. Практика использования direct- mailing

- Уровень распространенности direct- mailing среди пользователей Интернет
- Эффективность и полезность direct- mailing для Интернет-пользователей
- Информацию, которую пользователи получают/хотели бы получать посредством direct- mailing

4. Отношение к созданию магазинами/компаниями баз данных о своих клиентах

5. Маркетинговый потенциал различных каналов Интернет -коммуникации (социальных сетей, блогов, Twitter и т.п.)

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТ В УКРАИНЕ: ОТНОШЕНИЕ К РЕКЛАМЕ И МАРКЕТИНГУ В ИНТЕРНЕТ

- Все перечисленные вопросы содержат анализ пользователей по таким СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИМ ПОКАЗАТЕЛЯМ как:

РЕГИОН ПРОЖИВАНИЯ/ ПОЛ/ ВОЗРАСТ

Помогает ли Вам данная реклама принять решение относительно покупки данного товара/данной услуги?

			Всего	Возраст				Пол	
				меньше 16 лет	16-29 лет	30-44 года	45-59 лет	Мужской	Женский
Бытовая техника и электроника	Как правило, да	%	45,4%	,0%	42,7%	46,0%	52,9%	46,1%	44,6%
	Иногда, да	%	41,7%	,0%	44,0%	40,4%	36,6%	40,8%	42,8%
	Как правило, нет	%	10,7%	,0%	10,9%	11,1%	8,9%	10,9%	10,4%
	Затрудняюсь ответить	%	2,2%	,0%	2,4%	2,5%	1,6%	2,2%	2,3%
	Всего	%	100,0%	,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	N		1287	0	652	386	223	710	576

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТ В УКРАИНЕ: ОТНОШЕНИЕ К РЕКЛАМЕ И МАРКЕТИНГУ В ИНТЕРНЕТ

- СТОИМОСТЬ АНАЛИТИЧЕСКОГО ОТЧЕТА – 2 000 грн.
- При заказе отчетов по последующим этапам проекта Клиенту предоставляется скидка в размере 5%.
- Тематика следующего этапа проекта:
 - Ноябрь 2009 г. – **«Новые медиа vs традиционные медиа в Украине»**
- По вопросам приобретения аналитического отчета, обращайтесь:



Алёна Сидак
Директор iVOX Ukraine
+ 3 044 361 74 84
+ 3 093 952 46 91
alyona@ivox.com.ua

www.ivox.com.ua

www.ivoxgolos.com.ua