

ПОПУЛЯРНЫЕ КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИЙ

Дата: 2013-03-13

Источник данных: онлайн-опрос, выборка из веб-панели VoxRu.Net - Cint Panel Exchange, репрезентативная в отношении активной (недельной) российской аудитории интернета

По данным исследования, проведенного компанией Digital Research с 21.02.2013 по 07.03.2013, электронная почта остается самым массовым средством коммуникации между компаниями и потребителями из числа российских пользователей Интернета.

В онлайн опросе приняли участие 2416 респондентов, представляющих взрослую активную (недельную) аудиторию российских интернет-пользователей, которая, по данным Фонда "Общественное мнение" (ФОМ), в 2012 году достигла 57,6 млн.человек (49% населения России 18 лет и старше), в том числе, суточная аудитория достигшая 46,8 млн.человек (40% населения России 18 лет и старше).

Какие из каналов Вы чаще всего используете, чтобы поделиться имеющейся у Вас/полученной Вами полезной информацией с друзьями и/или родственниками? (Доля в % от числа ответивших)

Электронная почта (Email)	76,9
Звоню по мобильному или стационарному телефону	53,5
Одноклассники	51,5
ВКонтакте	43,3
Сервисы мгновенных сообщений (Skype, ICQ, QIP и др.)	41,8
Мой мир@mail.ru	32,4
Текстовые сообщения на телефон/смартфон (SMS)	27,5
Facebook	25,9
Google+	19,0
Twitter	8,7
Веб-форум, чат	7,7
Профессионалы.ru	5,1
Мой Круг	5,1
Отправляю обычное (бумажное) письмо	4,9
Мир тесен	4,3
LiveJournal	4,0
LiveInternet	3,6
Другие каналы	3,6

Источник данных: онлайн-опрос недельной российской интернет-аудитории 18+ по выборке N=2416 респондентов из веб-панели VoxRu.Net - CINT

Около 77% российских интернет-пользователей чаще всего используют электронную почту, чтобы поделиться имеющейся/полученной полезной информацией с друзьями и/или родственниками, а 73% используют ее для обмена письменными (текстовыми) сообщениями. Ближайшим конкурентом Е-

mail в деле налаживания личных коммуникаций остаются лишь звонки по мобильному или стационарному телефону (около 54%), а среди сервисов, позволяющих обмениваться текстами, – системы мгновенных сообщений (от 39% до 42%), крупнейшие социальные сети – Одноклассники (от 45% до 52%), ВКонтакте (от 33% до 43%), Мой мир@mail.ru (от 23% до 32%), Facebook (от 14% до 26%), SMS-сообщения на телефон/смартфон (от 28% до 31%).

Какие из сервисов Вы чаще всего используете для обмена ПИСЬМЕННЫМИ (ТЕКСТОВЫМИ) сообщениями? (Доля в % от числа ответивших)

Электронная почта (Email)	73,1
Одноклассники	44,8
Системы мгновенных сообщений (Skype, ICQ, QIP и др.)	39,3
ВКонтакте	33,1
Текстовые сообщения на телефон/смартфон (SMS)	31,0
Мой мир@mail.ru	23,1
Facebook	14,4
Google+	7,0
Веб-форумы, чаты	5,5
Приложения для мобильного телефона/смартфона (Mobile App)	4,7
Twitter	3,9
Мой Круг	2,2
Мир тесен	1,4
LiveInternet	1,4
Профессионалы.ru	1,3
LiveJournal	1,3
Другие каналы	2,1

Источник данных: онлайн-опрос недельной российской интернет-аудитории 18+ по выборке N=2416 респондентов из веб-панели VoxRu.Net – CINT

Электронная почта остается важным инструментом распространения информации о товарах и услугах. Около 73% российских интернет-пользователей получают адресные рассылки от интернет-магазинов, 34% – от купонных сервисов, 28% – от банков и страховых компаний, 22% – от туроператоров, 19% – от розничных магазинов.

Получаете ли Вы АДРЕСНЫЕ РАССЫЛКИ (DIRECT MAIL) ОТ КОМПАНИЙ, оказывающих услуги в следующих отраслях? Если да, то от каких именно? (Доля в % от числа ответивших)

Нет, не получаю Direct Mail	16,8
Интернет-магазины	72,6
Купонные сервисы	34,2
Банки и страховые компании	28,2
Туроператоры и авиакомпании	21,6
Розничные магазины	19,0
Автодилеры	8,3
Другие отрасли	5,9

Источник данных: онлайн-опрос недельной российской интернет-аудитории 18+ по выборке N=2416 респондентов из веб-панели VoxRu.Net – CINT

Около 51% российских интернет-пользователей утверждают, что за последние 12 месяцев не совершали покупки под влиянием рекламы, распространяемой в интернет и по мобильной связи. Тем не менее, около

30% все-таки назвали электронную почту, включая СПАМ, 14% - подписные рассылки (Direct mail) разной тематики, а 9% - телефонные SMS в качестве факторов, оказавших влияние на совершенные ими покупки.

Приходилось ли Вам за последние 12 месяцев совершать покупки ПОД ВЛИЯНИЕМ РЕКЛАМЫ полученной по указанным каналам? Если приходилось, то по каким именно каналам шла такая реклама? (Доля в % от числа ответивших)

Нет, не приходилось покупать	51,3
Электронная почта (Email), в т.ч. СПАМ	30,4
Сервисы подписных рассылок (Direct mail)	14,5
Текстовые сообщения на телефон/смартфон (SMS)	9,3
ВКонтакте	6,1
Мой мир@mail.ru	3,1
Google+	2,4
Сервисы мгновенных сообщений (Skype, ICQ, QIP и др.)	2,3
Facebook	2,2
Приложения для мобильного телефона/смартфона (Mobile App)	2,1
Голосовые сообщения на телефон/смартфон	1,1
Twitter	0,8
Затрудняюсь ответить. Не помню	7,0

Источник данных: онлайн-опрос недельной российской интернет-аудитории 18+ по выборке N=2416 респондентов из веб-панели VoxRu.Net - CINT

Для российских интернет-пользователей существенно большую роль, по сравнению с рекламой, играет самостоятельный поиск информации о компаниях, производимых ими товарах/услугах.

Какими из указанных ресурсов Вы пользовались за последние 12 месяцев для САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ПОИСКА информации о компаниях, производимых ими товарах/услугах? (Доля в % от числа ответивших)

Не пользовался(-лась) никакими из перечисленных	4,0
Поисковые сервисы, агрегаторы прайс-листов (Яндекс.Маркет, Товары@Mail.Ru, Молоток, Price.ru и т.п.)	64,0
Интернет-магазины	57,9
Информационные интернет-порталы	31,5
Социальные сети (Одноклассники, ВКонтакте, Facebook и т.п.)	30,6
Подписные рассылки (Direct mail)	25,8
Скидочно-купонные сайты (groupon.ru, biglion.ru и т.п.)	17,4
Ленты новостей (в том числе, по RSS-каналам)	14,5
Электронные версии периодических изданий	13,8
Веб-форумы, чаты	12,4
Корпоративные сайты	11,6
Интернет-дневники, блоги (LiveJournal, Diary.ru и т.п.)	5,4
Сайты интернет-знакомств (Mamba, Love, Planet и т.п.)	3,1
Микроблоги (Twitter, Jaiku, Футубра и т.п.)	2,1
Затрудняюсь ответить. Не помню	2,5

Источник данных: онлайн-опрос недельной российской интернет-аудитории 18+ по выборке N=2416 респондентов из веб-панели VoxRu.Net - CINT

Лишь 4% опрошенных за последние 12 месяцев не делали этого. Тогда как около 64% обращались к услугам поисковых сервисов, агрегаторов прайс-листов (Яндекс.Маркет, Товары@Mail.Ru, Молоток, Price.ru и т.п.), 58% искали нужную коммерческую информацию непосредственно в интернет-магазинах, 32% - на информационных интернет-порталах, 30% - в

социальных сетях. Около 25% заблаговременно озаботились получением нужной информации с помощью подписных рассылок.

В какой степени Вы сочли бы допустимым для себя получать от компаний тот или иной вид рекламных или/и информационных сообщений по/через... (Респонденты давали оценку в баллах: 1-«совершенно недопустимо», 5-«полностью допустимо»)

	Средний балл для вида сообщения	...по Email/Direct mail	...по SMS	...по Mobile App	...через социальные сети	...через микроблоги/чаты/IMS
Подтверждение о совершенной вами покупке в виде короткого сообщения или квитанции	3,41	4,16	3,95	3,49	2,79	2,67
Информационные сообщения о совершаемых транзакциях (в том числе, предупреждения о подозрительных действиях) от Вашего банка или финансового учреждения	3,38	4,10	3,96	3,49	2,72	2,64
Сообщения от туроператоров и транспортных компаний, например, о задержке или отмене/замене рейса	3,30	3,86	3,73	3,36	2,81	2,72
Доставка купленных вами билетов на мероприятия (спортивные соревнования, кино, театр, концерт и др.)	3,23	3,86	3,61	3,28	2,77	2,65
Обновление информации о состоянии ваших персональных счетов, открытых в разных компаниях	3,07	3,59	3,54	3,22	2,54	2,46
Рекламные или/и информационные сообщения от компаний, которым Вы дали разрешение на рассылку таких сообщений	3,07	3,72	3,27	3,00	2,77	2,60
Анкеты, приглашения к опросам, посвященным продукции, услугам разных компаний	2,96	3,66	2,95	2,83	2,79	2,59
Сообщения от сервисных служб компаний по вопросам, касающимся продукта в целом и об условиях его эксплуатации	2,91	3,52	2,98	2,88	2,65	2,54
Информация от компаний, с которыми Вы регулярно имеете отношения, но не запрашивали ее специально	2,84	3,49	2,93	2,77	2,58	2,43
Информация от компаний, с которыми Вы никогда не имели отношений	2,18	2,36	2,09	2,15	2,18	2,11
Предложения делать ставки на тотализаторе от компаний, которым Вы доверяете	2,15	2,26	2,11	2,17	2,13	2,09
Средний балл для информационного канала		3,51	3,19	2,97	2,61	2,50

*) Зеленым цветом выделены индивидуальные значения = 1 St.dev above overall mean, красным цветом выделены значения = 1 St.dev below overall mean

Электронная почта вообще и адресная рассылка (Direct mail) в частности рассматриваются российскими интернет-пользователями как наиболее приемлемый канал для получения самого широкого спектра рекламных и информационных сообщений. Исключение составляют лишь сообщения от компаний, с которыми пользователи никогда не имели отношений, а также предложения делать ставки на тотализаторе и прочих способов «моментального обогащения». Впрочем эти два вида сообщений пользователи не хотели бы получать ни по каким каналам.

Вторым по значимости, но скорее «резервным» по отношению к электронной почте каналом, интернет-пользователи считают текстовые SMS на телефон/смартфон. По их мнению, область рекламных и информационных SMS сообщений должна быть более ограниченной, по сравнению с электронной почтой, а именно – подтверждениями о совершенной покупке, о совершаемых финансовых транзакциях и состоянии счетов (аккаунтов), сообщениями туроператоров, транспортных компаний и билетных агентств.

Среди прочих каналов коммуникации некоторым расположением российских интернет-пользователей пользуются лишь специальные приложения (Mobile

App) для мобильных устройств. Однако этот канал сегодня не играет особой роли, поскольку не более 5% российских интернет-пользователей применяют такие мобильные приложения для обмена текстовыми сообщениями. Хотя социальные сети, микроблоги и системы мгновенных сообщений (IMS) используются для текстовых сообщений намного шире, чем Mobile App, большинство опрошенных не считают нужным задействовать их для рекламных или/и информационных сообщений.

За последние 12 месяцев приходилось ли Вам получать рекламные или/и информационные сообщения от компаний, которым Вы лично дали САНКЦИЮ (ПОДТВЕРЖДЕННОЕ РАЗРЕШЕНИЕ) на присылку в ваш адрес таких сообщений? Если Вы давали такое разрешение, то какие из указанных видов сообщений получали? (Доля в % от числа ответивших)

Не получал(-а) ничего из вышеуказанного	6,7
Рекламные и/или промо-сообщения от компаний-производителей или/и продавцов товаров, услуг	63,3
Информационные сообщения, новости от СМИ (периодических изданий, новостных сайтов, информационных порталов и т.п.)	54,2
Информационные сообщения, предупреждения от финансовых институтов (банков, страховых компаний, фондов и др.), клиентами которых Вы являетесь	44,3
Информационные сообщения, предупреждения от сервисных отделов, служб поддержки клиентов компаний, где Вы совершали покупки	43,0
Документы (копии документов), удостоверяющих совершение Вами покупки через интернет	37,6
Счета (инвойсы), выставляемые Вам для подтверждения согласия на покупку/отправки уведомлений о произведенной оплате	36,7
Информационных сообщения, предупреждения от туристических операторов, транспортных компаний, клиентами которых Вы являетесь	17,3
Затрудняюсь ответить	4,5

Источник данных: онлайн-опрос недельной российской интернет-аудитории 18+ по выборке N=2416 респондентов из веб-панели VoxRu.Net - CINT

Ключевым моментом в выборе каналов для получения рекламных или/и информационных сообщений являются наличие санкции (подтвержденного разрешения) на присылку таких сообщений и собственно вид этих сообщений. За последние 12 месяцев большинство опрошенных российских интернет-пользователей (около 63%) давали разрешение на присылку им рекламных и/или промо-сообщений от компаний-производителей или/и продавцов товаров, услуг; около 54% - на присылку информационных сообщений, новостей от СМИ (периодических изданий, новостных сайтов, информационных порталов и т.п.). Чуть реже такие санкции выдавались респондентами для финансовых институтов (44%), сервисных отделов, служб поддержки клиентов компаний, где совершались покупки (43%).

Среди каналов, которые российские интернет-пользователи обычно используют для получения санкционированных информационных, рекламных и/или промо-сообщений, абсолютным лидером остается электронная почта, включая подписные рассылки (Direct mail). Ее используют около 95% среди тех, кто получает такие сообщения от СМИ, 96% - от производителей или/и продавцов товаров/услуг, 94% - от сервисных отделов, служб поддержки клиентов компаний, где совершались покупки, 88% - от туроператоров, 79% - от финансовых институтов, 98% - для получения копий платежных документов, 91% - для выставляемых на оплату счетов.

Вторым по значимости каналом для российских интернет-пользователей выступают текстовые SMS на мобильный телефон/смартфон. Их используют

около 38% среди тех, кто получает такие сообщения от СМИ, 50% – от производителей или/и продавцов товаров/услуг, 65% – от сервисных отделов, служб поддержки клиентов компаний, где совершались покупки, 46% – от туроператоров, 79% – от финансовых институтов, 31% – для получения копий платежных документов, 56% – для выставляемых на оплату счетов.

Заметную, но незначительную роль в получении санкционированных информационных, рекламных и/или промо-сообщений играют Сервисы мгновенных сообщений (Skype, ICQ, QIP, Mail.ru Агент, и т.п.). Их используют от 13% до 18% среди тех, кто получает такие сообщения от СМИ, от производителей или/и продавцов товаров/услуг, от сервисных отделов, служб поддержки клиентов компаний, где совершались покупки, от туроператоров; и еще меньше – от 5% до 9%, среди тех, кто получает такие сообщения от финансовых институтов, копии платежных документов, выставляемые на оплату счета.

Какие из каналов Вы обычно используете для получения санкционированных ИНФОРМАЦИОННЫХ СООБЩЕНИЙ, НОВОСТЕЙ ОТ СМИ (периодических изданий, новостных сайтов, информационных порталов и т.п.)? (Доля в % от числа получавших такие сообщения)

Электронная почта (Email), подписные рассылки (Direct mail)	95,1
Текстовые сообщения на телефон/смартфон (SMS)	37,7
Сервисы мгновенных сообщений (Skype, ICQ, QIP, Mail.ru Агент, и т.п.)	18,0
ВКонтакте	17,5
Facebook	14,3
Google+	10,9
RSS каналы	9,0
Приложения для мобильного телефона/смартфона (Mobile App)	6,5
Twitter	4,8
Другие каналы	6,4
Затрудняюсь ответить	1,8

Источник данных: онлайн-опрос недельной российской интернет-аудитории 18+ по выборке N=1316 респондентов из веб-панели VoxRu.Net - CINT

Какие из каналов Вы обычно используете для получения санкционированных РЕКЛАМНЫХ И/ИЛИ ПРОМО-СООБЩЕНИЙ ОТ КОМПАНИЙ-ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ или/и ПРОДАВЦОВ товаров, услуг? (Доля в % от числа получавших такие сообщения)

Электронная почта (Email), подписные рассылки (Direct mail)	95,9
Текстовые сообщения на телефон/смартфон (SMS)	50,4
ВКонтакте	15,3
Сервисы мгновенных сообщений (Skype, ICQ, QIP, Mail.ru Агент, и т.п.)	12,6
Facebook	9,5
Google+	8,1
Голосовые сообщения на телефон/смартфон	4,8
Приложения для мобильного телефона/смартфона (Mobile App)	3,5
Twitter	3,4
Другие каналы	4,1
Затрудняюсь ответить	1,6

Источник данных: онлайн-опрос недельной российской интернет-аудитории 18+ по выборке N=1535 респондентов из веб-панели VoxRu.Net - CINT

Какие из указанных каналов Вы обычно используете для получения информационных сообщений, предупреждений ОТ СЕРВИСНЫХ ОТДЕЛОВ, СЛУЖБ ПОДДЕРЖКИ КЛИЕНТОВ компаний, где Вы совершали покупки? (Доля в % от числа получавших такие сообщения)

Электронная почта (Email)	93,5
Текстовые сообщения на телефон/смартфон (SMS)	64,9
Сервисы мгновенных сообщений (Skype, ICQ, QIP, Mail.ru Агент, и т.п.)	12,9
ВКонтакте	8,8
Голосовые сообщения на телефон/смартфон	8,1
Facebook	6,5
Google+	5,2
Приложения для мобильного телефона/смартфона (Mobile App)	4,7
Twitter	3,0
Другие каналы	2,0
Затрудняюсь ответить	1,4

Источник данных: онлайн-опрос недельной российской интернет-аудитории 18+ по выборке N=1044 респондентов из веб-панели VoxRu.Net - CINT

Какие из указанных каналов Вы обычно используете для получения информационных сообщений, предупреждений от ФИНАНСОВЫХ ИНСТИТУТОВ (банков, страховых компаний, фондов и др.), клиентами которых Вы являетесь? (Доля в % от числа получавших такие сообщения)

Электронная почта (Email)	78,8
Текстовые сообщения на телефон/смартфон (SMS)	78,6
Сервисы мгновенных сообщений (Skype, ICQ, QIP, Mail.ru Агент, и т.п.)	9,3
Голосовые сообщения на телефон/смартфон	7,5
Приложения для мобильного телефона/смартфона (Mobile App)	4,4
ВКонтакте	4,3
Google+	3,5
Facebook	3,4
Twitter	1,7
Другие каналы	3,3
Затрудняюсь ответить	1,0

Источник данных: онлайн-опрос недельной российской интернет-аудитории 18+ по выборке N=1075 респондентов из веб-панели VoxRu.Net - CINT

Какие из указанных каналов Вы обычно используете для получения информационных сообщений, предупреждений от ТУРИСТИЧЕСКИХ ОПЕРАТОРОВ, ТРАНСПОРТНЫХ компаний, клиентами которых Вы являетесь? (Доля в % от числа получавших такие сообщения)

Электронная почта (Email)	88,4
Текстовые сообщения на телефон/смартфон (SMS)	46,3
ВКонтакте	13,6
Сервисы мгновенных сообщений (Skype, ICQ, QIP, Mail.ru Агент, и т.п.)	12,9
Facebook	9,2
Google+	7,1
Голосовые сообщения на телефон/смартфон	6,8
Twitter	4,5
Приложения для мобильного телефона/смартфона (Mobile App)	3,7
Другие каналы	4,3
Затрудняюсь ответить	3,8

Источник данных: онлайн-опрос недельной российской интернет-аудитории 18+ по выборке N=419 респондентов из веб-панели VoxRu.Net - CINT

Какие из указанных каналов Вы обычно используете при получении **СЧЕТОВ (ИНВОЙСОВ), ВЫСТАВЛЯЕМЫХ ВАМ** для подтверждения согласия на покупку/отправки уведомлений о произведенной оплате? (Доля в % от числа получавших такие сообщения)

Электронная почта (Email)	90,7
Текстовые сообщения на телефон/смартфон (SMS)	55,9
Сервисы мгновенных сообщений (Skype, ICQ, QIP, Mail.ru Агент, и т.п.)	5,3
Приложения для мобильного телефона/смартфона (Mobile App)	4,7
Голосовые сообщения на телефон/смартфон	3,9
ВКонтакте	3,9
Facebook	3,4
Google+	2,1
Twitter	0,5
Другие каналы	3,1
Затрудняюсь ответить	1,9

Источник данных: онлайн-опрос недельной российской интернет-аудитории 18+ по выборке N=891 респондентов из веб-панели VoxRu.Net - CINT

Какие из указанных каналов Вы обычно используете для получения **(КОПИЙ) ДОКУМЕНТОВ, УДОСТОВЕРЯЮЩИХ** совершение Вами покупки через интернет? (Доля в % от числа получавших такие сообщения)

Электронная почта (Email)	97,5
Текстовые сообщения на телефон/смартфон (SMS)	30,8
Сервисы мгновенных сообщений (Skype, ICQ, QIP, Mail.ru Агент, и т.п.)	6,0
ВКонтакте	3,7
Голосовые сообщения на телефон/смартфон	3,5
Приложения для мобильного телефона/смартфона (Mobile App)	2,4
Facebook	2,1
Google+	1,5
Twitter	0,3
Другие каналы	3,6
Затрудняюсь ответить	1,1

Источник данных: онлайн-опрос недельной российской интернет-аудитории 18+ по выборке N=912 респондентов из веб-панели VoxRu.Net - CINT

Компания Digital Research проводит маркетинговые исследования аудитории интернета с использованием технологии онлайн опросов и веб-панелей,

По вопросам информационного сотрудничества и проведения исследований обращайтесь к Александру Иванову – тел. +7 (812) 920-68-12,
info@digitalresearch.ru