



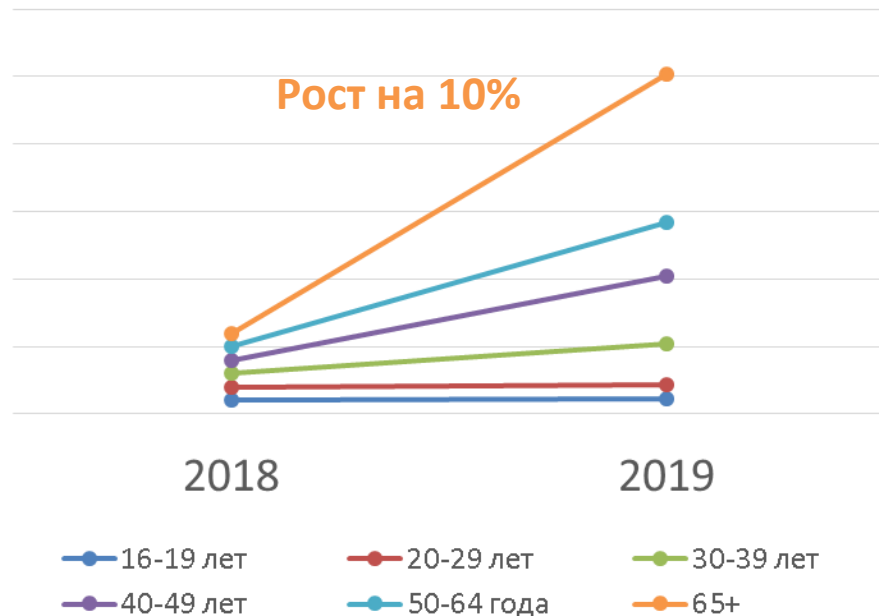
Самая быстрорастущая аудитория рунета – что мы о ней знаем?

Андрей Ромулов
генеральный директор ООО «Стриж»
Москва, 2020



79,8% взрослого населения* России пользуется интернетом.

В 2019 году самым быстрорастущим сегментом аудитории стали пользователи **старше 65 лет**: за год их число увеличилось на 10%**.



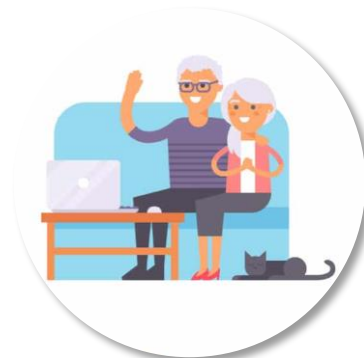
За счет чего
увеличивается
возрастная
аудитория?

1



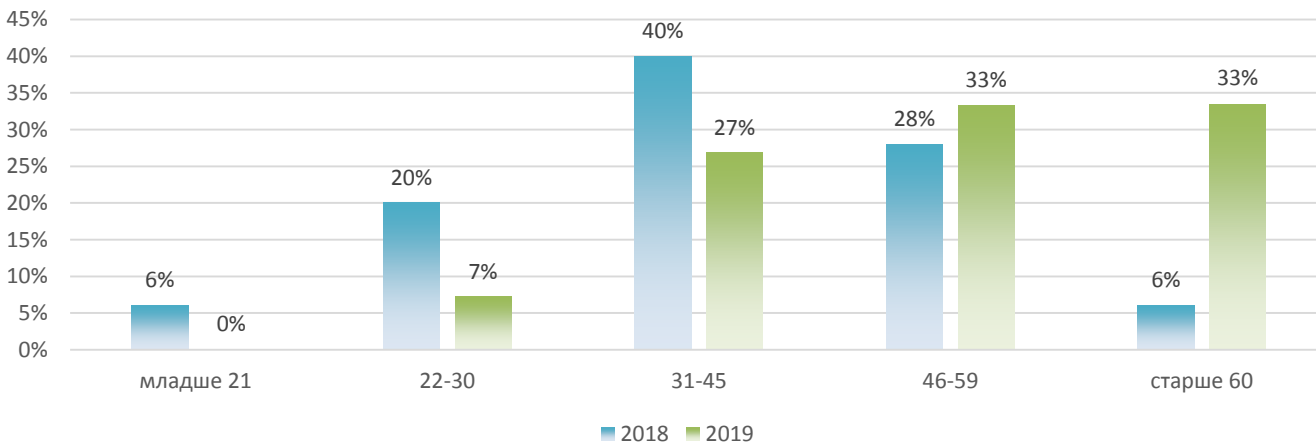
Люди 20-45 лет переходят в более старшие возрастные группы, сохраняя привычки информационного потребления.

2



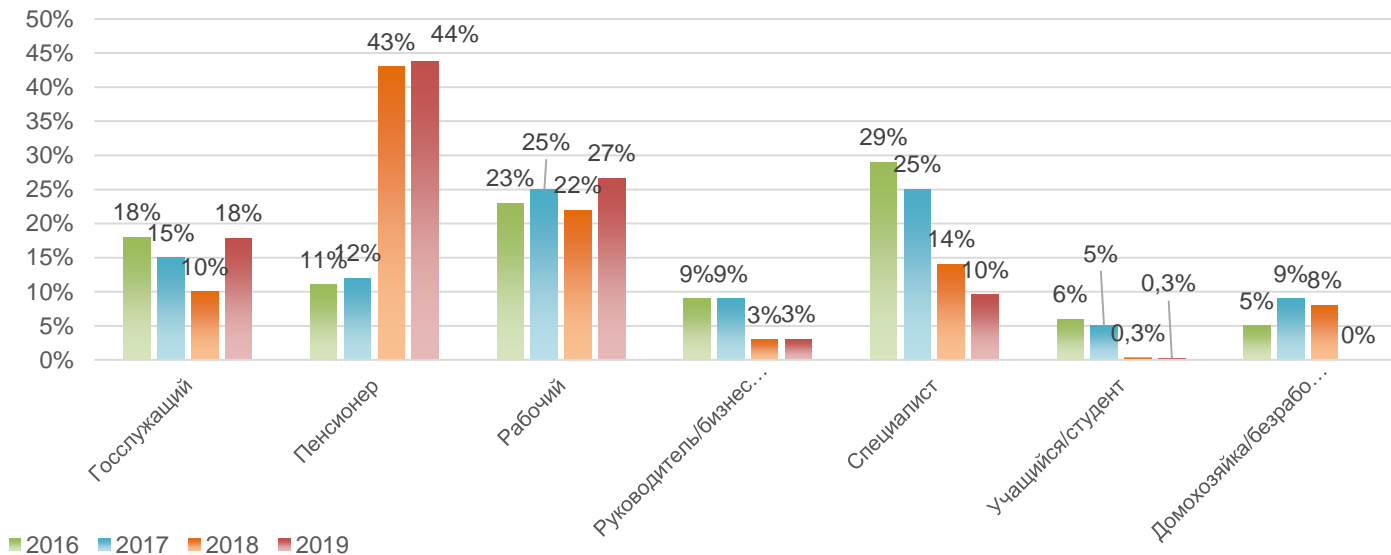
Старшее поколение трансформирует привычки под влиянием младших поколений и осваивает цифровые навыки.

Распределение респондентов по возрасту



Результаты исследования 2019 года показали, что произошло увеличение среднего возраста активного клиента. Если ранее, в 2018 году, преобладали пользователи возрастных категорий 31-45 лет (40%) и 46-59 лет (28%), то теперь, в 2019 году, значительно преобладают пользователи возрастной категории 46-59 лет (33%) и более 60 (33%). Наибольший прирост в категории старше 60 (на 27% больше, чем в 2018 году).

Распределение респондентов по роду деятельности

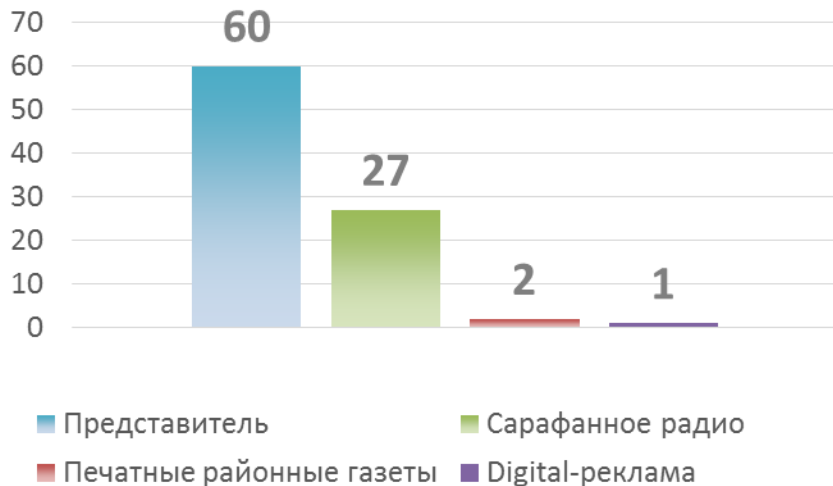


С расширением круга возрастной аудитории увеличивается процент пенсионеров среди опрошенных – сегодня это 44% ЦА. Топ-3 замыкают абоненты рабочих профессий (27%), сотрудники бюджетных учреждений и чиновники (18%).

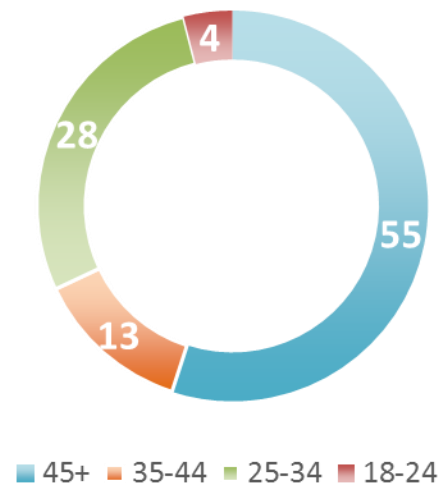
Опрос абонентов «Стриж 2019

Способы продвижения

Большинство пользователей узнают о бренде в процессе непосредственной коммуникации* (% опрошенных).



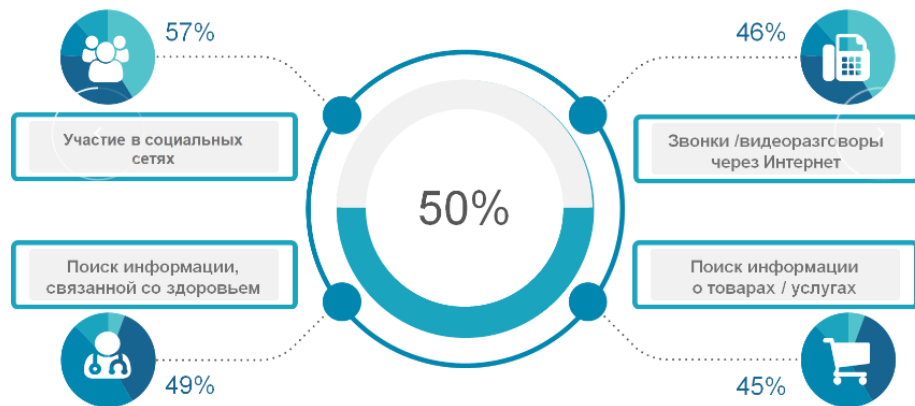
Однако в возрастной категории +45 по всем категориям продуктов конверсия в переходы по рекламным объявлениям высока: каждый второй смотрит развернутое рекламное сообщение**.



*Ежегодный опрос клиентов интернет-оператора «Стриж», 2019

**Рекламная сеть Яндекса (РСЯ), 2017

Использование интернета в различных целях (в процентах от численности населения в возрасте 55 лет и старше, использующего интернет)



Наиболее востребованные категории госуслуг, получаемые старшим поколением интернет (в процентах от численности населения в возрасте 55 лет и старше, получающего государственные и муниципальные услуги)



Категории товаров

Насколько выше интерес аудитории*



Садовая техника и инвентарь

в **3** раза



Электрические и строительные инструменты

в **2,5** раза



Растения и семена

в **2,5** раза



Фасадные панели и кровля

в **2** раза



Оборудование для очистки воды

в **2** раза



Системы «умного дома»

в **1,5** раза



снегоходы - в **5** раз ↑



мотороллеры - в **2,7** раза ↑



квадроциклы - в **2,4** раза ↑

Высокий интерес клиентов к мотосредствам, в т.ч. внедорожным: такая техника - необходимость в их климато-географических условиях.



Интересуются
самодиагностикой
в **2** раза чаще



Ищут информацию
о лечении аллергии
в **3** раза реже



Интересуются
здоровым питанием
в **6** раз реже



Смотрят боевики
в **1,5** раза чаще



Интерес к рыбалке
на **40%** выше



Ищут информацию о горном
трекинге и велоспорте на **20%** чаще



Ищут сериалы
в **2** раза реже



Интерес к горным
лыжам в **10** раз ниже



Интересуются
кредитными картами
в **2** раза чаще



Пользуются
онлайн-банкингом
в **3** раза реже



Ищут информацию
об ипотечном
кредитовании
в **2** раз реже



- Потребность в высоких скоростях
- Потребляемый трафик
- Спрос на безлимитные тарифы



- Снижение рентабельности традиционных телеком-услуг

Точки роста рынка в сегменте B2C



Увеличение ARPU за счет расширения продуктовой линейки



Предложение релевантных сервисов



Запуск бонусных программ с партнерами



Рекомендации контента и продуктов



Благодарю за внимание!

Андрей Ромулов
генеральный директор ООО «Стриж»
Москва, 2020

