

Отчёт IAB: как используют мобильный интернет в разных странах

IAB Global недавно опубликовали результаты исследования. Они изучили поведение нескольких тысяч мобильных пользователей в 18-ти странах: Аргентина, Австралия, Бразилия, Канада, Китай, Эквадор, Франция, Ирландия, Италия, Япония, Норвегия, ЮАР, Швеция, Турция, Великобритания, Уругвай, США и Россия.

Цель проекта: выявить последние тренды в использовании мобильного интернета и восприятии мобильной рекламы. Компания PMA Network, член IAB Russia, перевела и адаптировала материалы отчёта.

22% пользователей используют смартфон каждые 5 минут

Респондентам во всех странах задали вопрос «Как часто вы пользуетесь смартфоном в обычный день?». Это включает любые действия: использование интернета через приложения или браузеры, звонки или просто проверка времени. 22 % человек выбрали ответ «каждые 5 минут», то пятая часть пользователей практически не выпускает свой телефон или планшет из рук. В категорию «каждые 30 минут и чаще» попали 63% респондентов по всему миру. В Бразилии самый высокий показатель – 78% пользователей пользуются смартфоном раз в полчаса или чаще, а в России таких около 55 %.

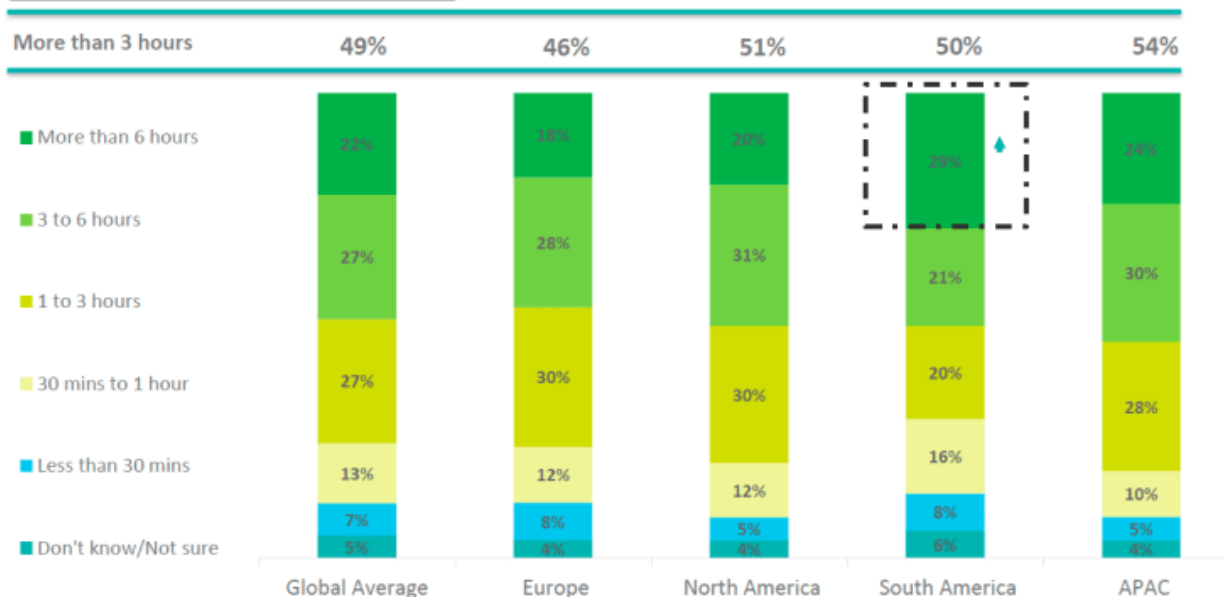
Frequency of Mobile Device Usage (on a typical day)



49% пользователей используют смартфон в совокупности больше 3 часов в день

Участники опроса IAB подсчитали, сколько всего времени в обычный день они пользуются смартфоном. 27% человек ответили «от 3 до 6 часов», а 22% – «больше 6 часов в день». Выходит, почти половина пользователей не меньше 3 часов в день используют смартфон. В лидерах опять Бразилия – 38% пользователей используют смартфон больше 6 часов в день, в России так ответили 26% респондентов.

Time Spent on Mobile (on a typical day)



Почти 90% пользователей помнят мобильную рекламу, которую видели в течение дня

Респонденты считают, что хорошо запоминают рекламу, которую видели в течение дня: 90% – в сегменте мобильных браузеров, 86% – в сегменте мобильных приложений.

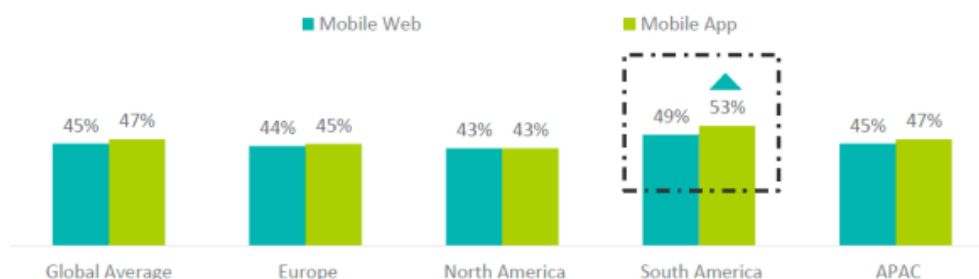
Почти половина пользователей совершают какие-либо действия после просмотра рекламы: 45% – в мобильных браузерах, 47% – в приложениях. Это клик, визит, посещение страницы бренда сразу или через какое-то время, поиск информации о продукте и др.

Россияне чаще остальных посещают сайты или приложения брендов после просмотра рекламы, так ответили 16 % респондентов (в прошлом году было 8%).

Мобильные приложения и браузеры используют с одинаковой частотой – несколько раз в день. Однако, по другим исследованиям (например, отчёт Smaato) большую часть времени пользователи посвящают всё-таки приложениям – 90% времени в интернете.



Any Action After Mobile Advertising Exposure



Мобильной рекламы стало больше

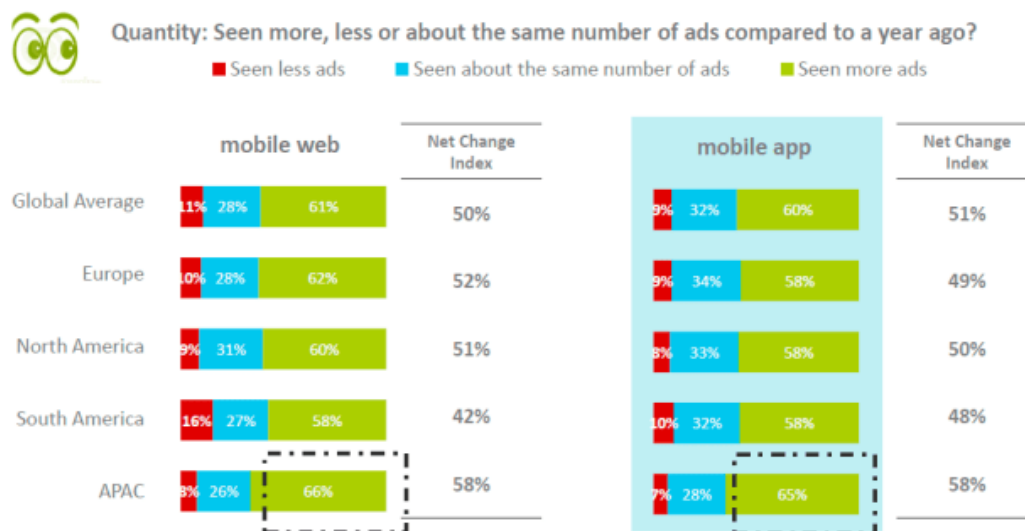
Количество рекламы. Представители всех стран отметили, что мобильной рекламы стало больше по сравнению с прошлым годом, в этом уверены 60% пользователей. Особенно это заметно в Азиатско-Тихоокеанском регионе.

Качество рекламы. Мнение насчёт качества рекламных объявлений разделилось. 52% не ощутили каких-то изменений, 28% уверены, что реклама становится лучше, а 20% – хуже. В России 18% пользователей считают, что реклама и в приложениях, и в браузерах стала лучше. Также положительно настроены пользователи Бразилии, Австралии и ЮАР.

Скорость загрузки. Почти все регионы отмечают, что увеличилась скорость загрузки рекламных объявлений, особенно выделяется Россия, Бразилия, ЮАР и Аргентина.

Релевантность рекламы. Индекс релевантности рекламных объявлений, наоборот, снизился в большинстве стран, кроме России и Бразилии. То есть респонденты посчитали, что реклама не соответствует их потребностям.

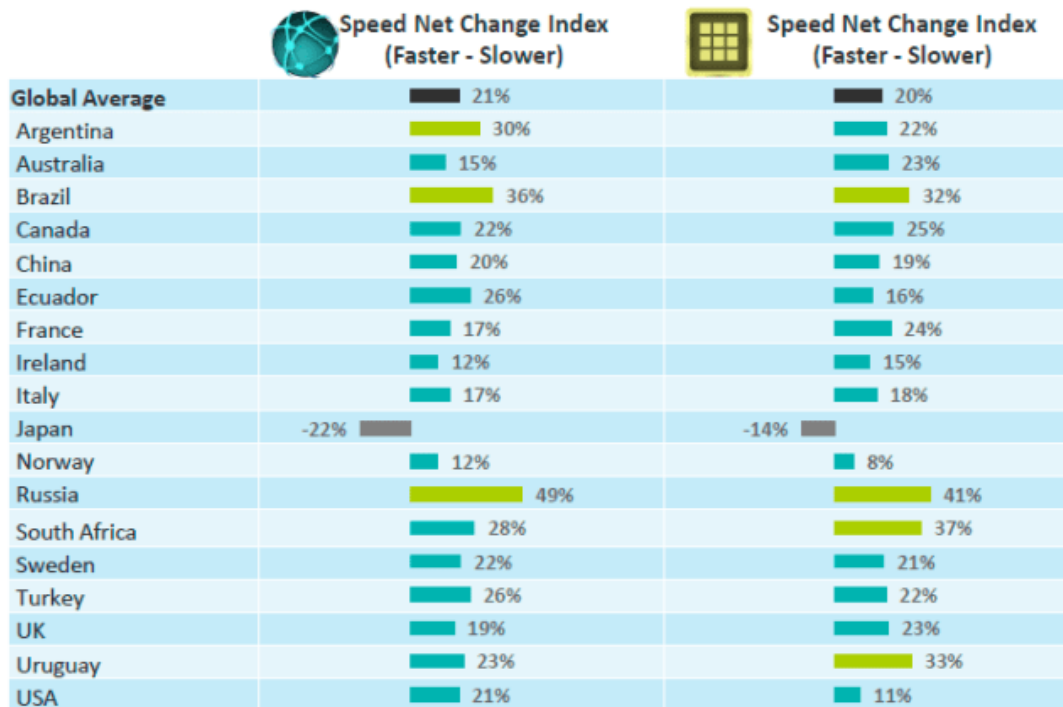
Навязчивость рекламы. Вопрос с навязчивостью рекламных объявлений по-прежнему стоит остро. Не меньше половины пользователей уверены, что реклама становится год от года более навязчивой.



В среднем люди используют 6 приложений в день

Среднесуточное число приложений и сайтов, которые используют пользователи, по статистике IAB с прошлого года не изменилось. В среднем, это 6 приложений и 6 веб-сайтов. По числу используемых приложений лидирует Китай – 13, а в России пользователи чаще остальных пользуются браузерами – примерно 7 сайтов в день.

Для оплаты счетов и покупок чаще всего используют приложения, а не браузеры. Смотреть видео, фильмы, играть и общаться в соцсетях также предпочитают через приложения. Мобильные браузеры выбирают в основном для решения рабочих задач.



Полный отчёт IAB здесь.

Ссылка на публикацию:

<https://appttractor.ru/info/analytics/otchyot-iab-kak-ispolzuyut-mobilnyiy-internet-v-raznyih-stranah.html>