



Аналитический Центр
ЗАО «Бегун»
Москва, Гамсоновский пер. 2 стр.8
Тел.: (495) 956-5007 | факс: (495) 781-7281
www.begun.ru | info@begun.ru

Исследование рынка

Самые популярные среди потребителей сегменты
рынка в сервисе контекстной рекламы «Бегун»
(за 1-й квартал 2010 года)

05 мая 2010

Информация, представленная в данном исследовании, получена из внутренних источников ЗАО «Бегун». ЗАО «Бегун» не несет ответственность за какие-либо убытки или ущерб, возникшие в результате использования информации, содержащейся в этом исследовании, включая опубликованные мнения или заключения, а также за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Дополнительная информация предоставляется по запросу. Этот документ или любая его часть может распространяться либо тиражироваться любыми способами со ссылкой на ЗАО «Бегун».
Copyright © ЗАО «Бегун»

Топ-25 представляет собой 25 тематических разделов, пользующихся наибольшей популярностью у потребителей в системе «Бегун». Ниже приведен рейтинг за 1-й квартал 2010 года. Разделы ранжируются в соответствии с долей кликов по объявлениям компаний данной тематики в общих кликах.

1 квартал 2010 года

№	Раздел	Доля в общем количестве кликов, %
1	Досуг и отдых	11,07
2	Недвижимость	7,02
3	Авто	5,19
4	Услуги финансовые	5,12
5	Медицина	4,56
6	Личные вещи	4,30
7	Связь	3,78
8	Красота и здоровье	3,43
9	Услуги в интернете	3,30
10	Промышленные товары	3,12
11	Ремонт жилья	2,66
12	Образование	2,24
13	Туристические услуги	2,22
14	Мебель	1,97
15	Развлечения: фильмы, музыка	1,95
16	Компьютерная и цифровая техника	1,59
17	Поиск персонала	1,52
18	Знакомства	1,37
19	Бытовая техника	1,32
20	Программное обеспечение	1,28
21	Услуги рекламные	1,00
22	Продукты питания/напитки	0,92
23	Праздники	0,86
24	Спорт активный	0,83
25	Услуги юридические	0,75

По итогам первого квартала самой интересовавшей пользователей тематикой оказалась развлекательная. Что неудивительно. Рекламодатели категории «Досуг и отдых» получили доступ к огромной аудитории видеохостингов.

Также во многом благодаря рекламе в видео, существенно увеличился отклик на рекламные кампании шоппинг-клубов и операторов связи.

«Недвижимость» и «Авто» переместились, соответственно, на второе и третье место.

Активизировавшие рекламу кредитных продуктов банки вернулись на докризисное четвертое.

Сезонный спад интереса к рекламе туристических услуг.

Все больше рекламодателей оценивают потенциал интернета как торговой площадки, что ведет к росту интереса сопутствующими услугами. Создание и продвижение сайтов, ведение контекстных рекламных кампаний пользуются все большей популярностью, а соответствующая категория «Услуги в интернете» поднялась на три позиции вверх.