

## Исследование рынка

Самые популярные среди потребителей сегменты  
рынка в сервисе контекстной рекламы «Бегун»  
(за 2007 год)

27 февраля 2008

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 приведены квартальные рейтинги за 2007 год. Разделы ранжируются в соответствии с долей кликов по объявлениям компаний данной тематики в общих кликах.

1 квартал 2007 года

№	Раздел	Доля в общем количестве кликов, %
1	Авто	8,47%
2	Знакомства	7,13%
3	Образование	6,29%
4	Промышленные товары	5,48%
5	Развлечения: фильмы, музыка	4,24%
6	Досуг и отдых	3,98%
7	Туристические услуги	3,98%
8	Услуги финансовые	3,97%
9	Ремонт жилья	3,63%
10	Недвижимость	3,31%
11	Связь	2,95%
12	Медицина	2,91%
13	Личные вещи	2,90%
14	Политика и религия	2,56%
15	Мебель	2,47%
16	Красота и здоровье	2,20%
17	Услуги рекламные	1,76%
18	Продукты питания/напитки	1,73%
19	Бытовая техника	1,65%
20	Компьютерная и цифровая техника	1,55%
21	Программное обеспечение	1,51%
22	Услуги юридические	1,20%
23	Праздники	1,08%
24	Услуги в Интернете	0,95%
25	Справочники	0,93%

Во втором квартале лидером потребительского интереса осталась категория «Образование». Рекламное предложение новых рекламодателей выявило интерес к тематике со стороны пользователей Сети.

2 квартал 2007 года

№	Раздел	Доля в общем количестве кликов, %
1	Образование	8,61%
2	Знакомства	7,55%
3	Авто	7,39%
4	Досуг и отдых	5,45%
5	Промышленные товары	5,42%
6	Туристические услуги	5,34%
7	Ремонт жилья	4,34%
8	Услуги финансовые	3,67%
9	Медицина	3,26%
10	Недвижимость	2,99%
11	Связь	2,88%
12	Личные вещи	2,11%
13	Красота и здоровье	2,00%
14	Мебель	1,91%
15	Бытовая техника	1,88%
16	Развлечения: фильмы, музыка	1,85%
17	Политика и религия	1,60%
18	Компьютерная и цифровая техника	1,56%
19	Программное обеспечение	1,54%
20	Услуги в Интернете	1,49%
21	Справочники	1,42%
22	Спорт активный	1,41%
23	Поиск персонала	1,39%
24	Услуги юридические	1,36%
25	Услуги рекламные	1,16%

В третьем квартале существенную долю кликов собрала категория «Знакомства». Масштабная рекламная кампания позволила новому Dating - сервису вплотную приблизить показатели количества анкет к лидеру рынка.

3 квартал 2007 года

№	Раздел	Доля в общем количестве кликов, %
1	Знакомства	9,03%
2	Авто	7,31%
3	Образование	6,51%
4	Промышленные товары	5,07%
5	Туристические услуги	4,76%
6	Ремонт жилья	4,63%
7	Досуг и отдых	3,81%
8	Услуги финансовые	3,76%
9	Медицина	3,74%
10	Связь	3,28%
11	Недвижимость	3,22%
12	Личные вещи	2,98%
13	Мебель	2,31%
14	Красота и здоровье	2,17%
15	Бытовая техника	2,05%
16	Справочники	1,91%
17	Услуги в интернете	1,88%
18	Компьютерная и цифровая техника	1,78%
19	Поиск персонала	1,64%
20	Политика и религия	1,50%
21	Развлечения: фильмы, музыка	1,45%
22	Спорт активный	1,25%
23	Программное обеспечение	1,22%
24	Услуги рекламные	1,21%
25	Услуги юридические	1,19%

Четвертый квартал внес коррективы в ситуацию в обеих половинах рейтинга. Лидером снова оказалось «Образование», а количество кликов по объявлениям автотематики выросло пропорционально интересу пользователей Сети, фиксируемому статистиками поисковиков.

4 квартал 2007 года

№	Раздел	Доля в общем количестве кликов, %
1	Образование	9,56%
2	Авто	9,31%
3	Промышленные товары	6,10%
4	Знакомства	5,69%
5	Медицина	5,18%
6	Досуг и отдых	4,87%
7	Ремонт жилья	4,51%
8	Услуги в интернете	4,44%
9	Туристические услуги	4,19%
10	Личные вещи	3,59%
11	Недвижимость	3,50%
12	Связь	3,44%
13	Бытовая техника	2,88%
14	Красота и здоровье	2,88%
15	Поиск персонала	2,79%
16	Справочники	2,66%
17	Услуги финансовые	2,64%
18	Политика и религия	2,61%
19	Компьютерная и цифровая техника	2,37%
20	Мебель	2,09%
21	Развлечения: фильмы, музыка	2,08%
22	Праздники	1,45%
23	Продукты питания/напитки	1,35%
24	Программное обеспечение	1,31%
25	Услуги рекламные	1,09%

В 2007 году тройка лидеров потребительского интереса выглядела следующим образом: «Авто», «Знакомства», «Образование».

Категория «Финансовые услуги» значительно сдала свои позиции по сравнению с 2006 годом. В значительной мере изменения были связаны с ипотечным кризисом в Америке, отголоски которого докатились и до России, вследствие чего часть банков просто сократила объемы рекламного размещения в Сети, свернув рекламные кампании в поддержку ипотечных программ.

В течение года наблюдался стабильный рост категории «Услуги в интернете». Начав в конце списка, категория поднялась на 8 место, увеличив свои относительные показатели чуть меньше чем в 5 раз.

Категория «Медицина» в 2006 году сдала свои позиции, спустившись из начала списка в середину, что же касается года 2007, то картина повторилась с точностью до наоборот. Уверенный рост на протяжении года и замыкающее место в пятерке лидеров к концу.

Такие категории как «Досуг и отдых», «Ремонт жилья», «Туристические услуги» всегда популярны среди пользователей, поэтому уверенно держатся в верхней десятке.

Категория «Промышленные товары» и со стороны потребителей проявила себя как вполне зрелый сегмент. На фоне общего роста заметен характерный сезонный спад активности в период отпусков.

В целом наблюдался стабильный рост потребительского интереса, связанный как с общим ростом Интернета, так и с увеличением числа партнерских площадок.