

## *Аудитория Translate.Ru в 2010 году*

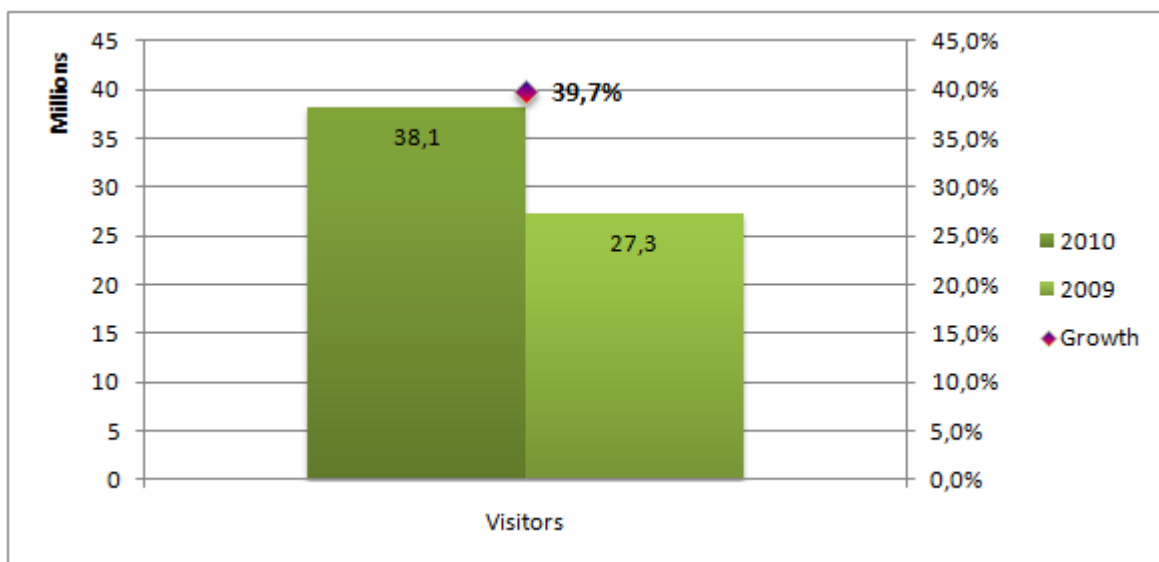
Общая статистика Translate.Ru.....	2
Показатели посещаемости сайта.....	2
Аудитория из Российской Федерации.....	3
Аудитория из Москвы и Санкт-Петербурга.....	5
Структура аудитории Translate.Ru .....	7
Мужчины и женщины на Translate.Ru.....	7
Возраст аудитории Translate.Ru .....	8
12-17 .....	9
18-24 .....	10
25-34 .....	11
35-44 .....	12
45-54 .....	13
Род занятий аудитории Translate.Ru .....	14
Учащиеся.....	15
Специалисты и служащие.....	16
Руководители.....	18
Рабочие .....	19
Домохозяйки и другие неработающие .....	20

## Общая статистика Translate.Ru

### Показатели посещаемости сайта

Общая посещаемость сайта Translate.Ru в 2010 году составила 38,1 млн. уникальных посетителей, что на 39,7% превышает аудиторию годом раньше. Общее число визитов на сайт составило 207,8 млн., а общее число показов страниц превысило за год 968 млн. (+37% и 36% соответственно по сравнению с 2009 годом).

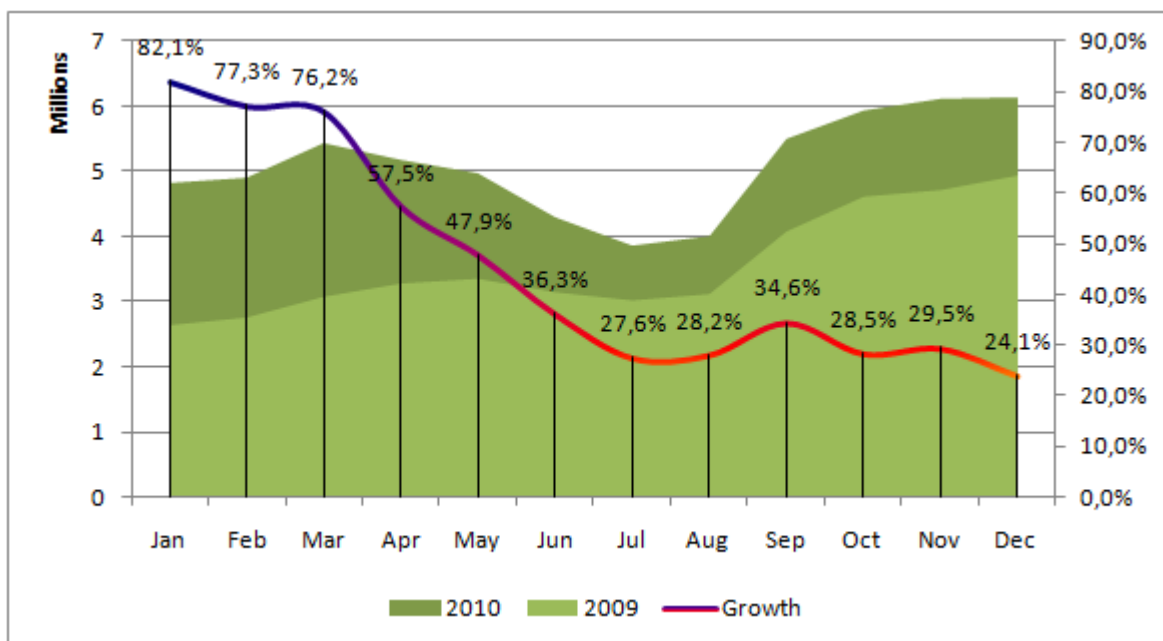
Graph 1 Общая аудитория Translate.Ru в 2010 году



На этом и последующих графиках слева расположена шкала абсолютных значений сравниваемых показателей в 2009 и 2010 годах, а справа – процентная шкала, отображающая изменение показателя в 2010 году по сравнению с аналогичным периодом 2009 года

Динамика роста аудитории в сравнении с прошлым годом в течение года упала с 82% в январе до 24% в декабре. В целом стал более выраженным спад посещаемости летом (июль, август).

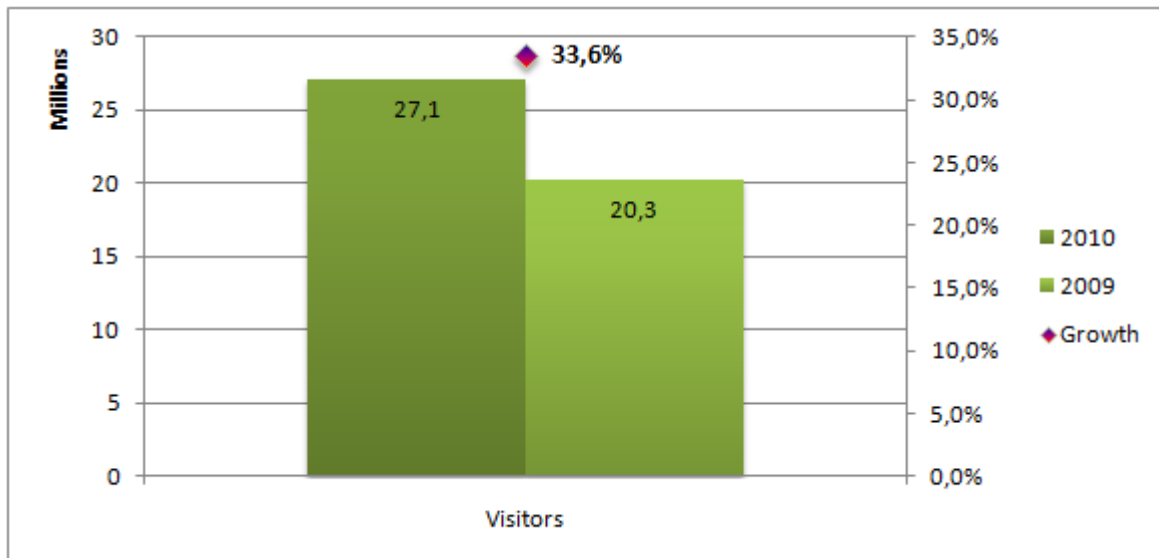
Graph 2 Динамика аудитории Translate.Ru в 2010 году



### Аудитория из Российской Федерации

По данным Google Analytics, российская аудитория Translate.Ru выросла в 2010 году на 33,6% и составила 27,1 млн. уникальных посетителей. Общее число визитов из Российской Федерации составило 145,6 млн. за год (+41,4% в сравнении с 2009 годом), показов страниц – 652,8 млн. за год (+34%).

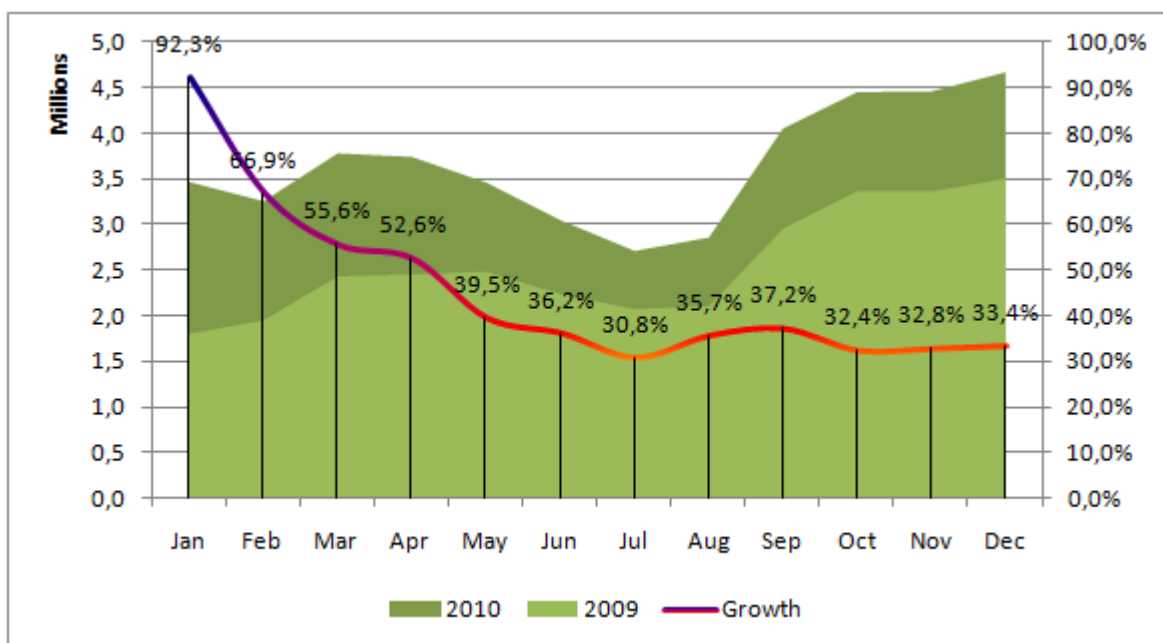
Graph 3 Аудитория Translate.Ru из России в 2010 году



Общую картину, если сравнивать со статистикой в целом по сайту, можно выразить следующими словами: темпы роста в РФ чуть медленнее, пользователи посещают сайт чаще, но при этом просматривают меньше страниц (читай – делают переводов).

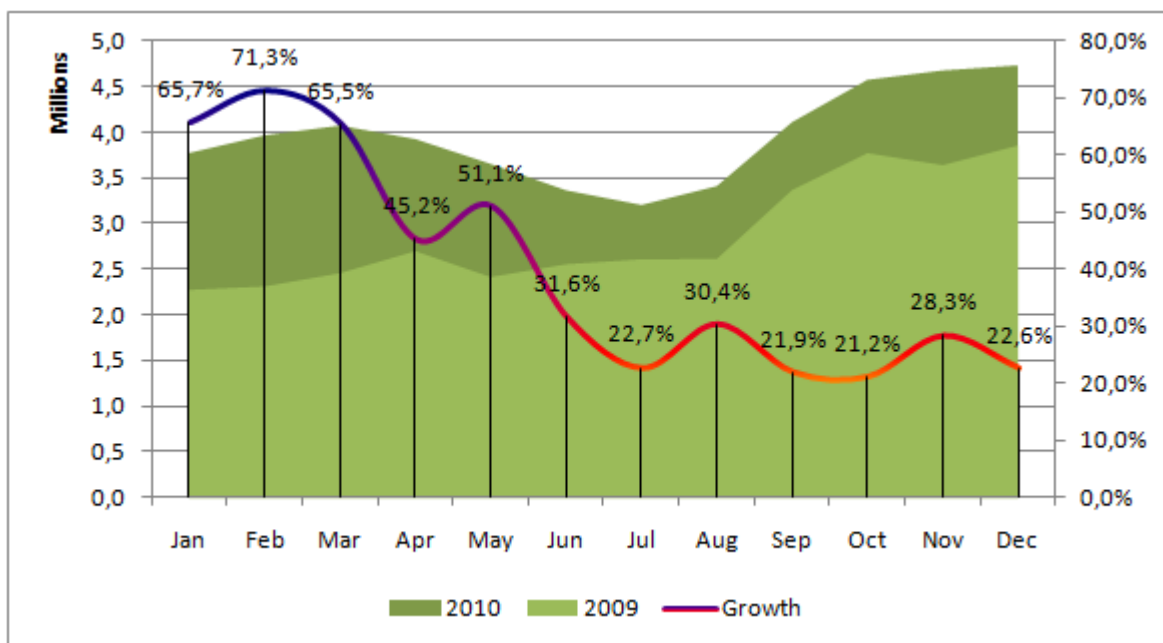
Более низкие темпы прироста по сравнению с глобальной аудиторией сервиса определяются в первую очередь замедлением роста аудитории из Москвы и Санкт-Петербурга, которая определяет общие тенденции. Рост проникновения Интернета в этих регионах был заметно ниже других, отсюда и общий результат. Динамика темпов роста российской аудитории тоже отличается от общей.

Graph 4 Динамика российской аудитории Translate.Ru (Google Analytics)



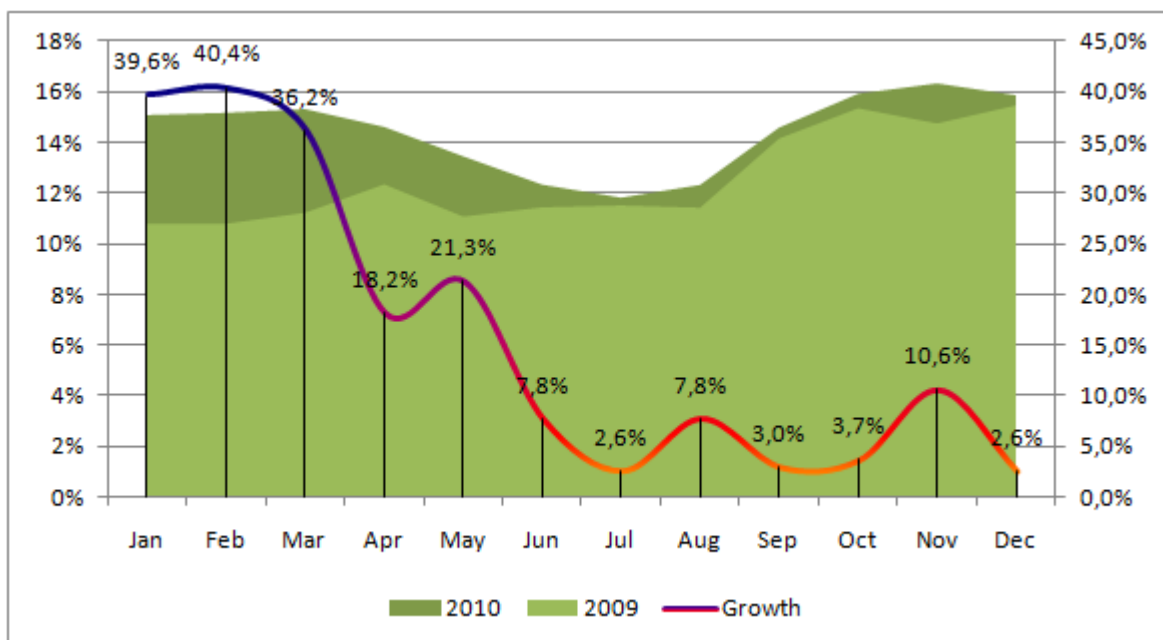
В свою очередь, картина, которую предоставляет TNS (исследование аудитории в возрасте 12-54 лет в городах России с населением 100 тыс. чел. и выше), тоже несколько отличается от мировой и общероссийской.

Graph 5 Динамика аудитории Translate.Ru РФ, 100 000+ (TNS)



При этом, несмотря на падение темпов роста в сравнении с аналогичным периодом предыдущего года, сохранилась динамика роста охвата общей аудитории Рунета, и в ноябре 2010 года показатель превысил 16% (от всех пользователей Интернета в возрасте 12-54 в городах 100 тыс.+; по данным TNS).

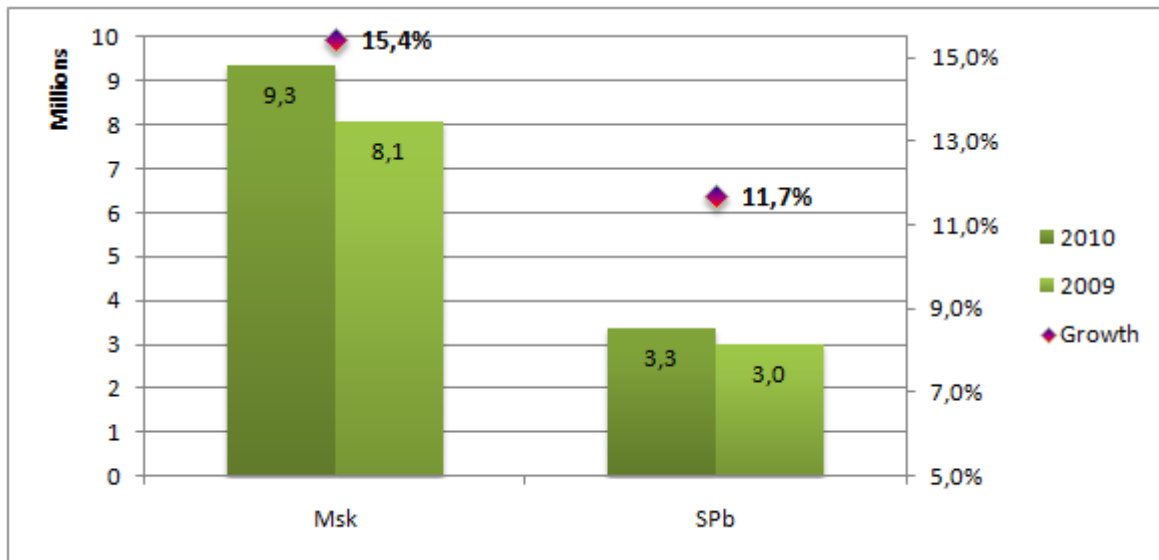
Graph 6 Динамика охвата аудитории Рунета (TNS)



### Аудитория из Москвы и Санкт-Петербурга

Рост аудитории из столичных регионов был существенно медленнее, чем в целом по миру и по России в частности. За 2010 год на сайт заходили 9,3 млн. уникальных пользователей из Москвы (+15,44% vs. 2009 год) и 3,3 млн. уникальных посетителей из Санкт-Петербурга (+11,7% vs. 2009 год).

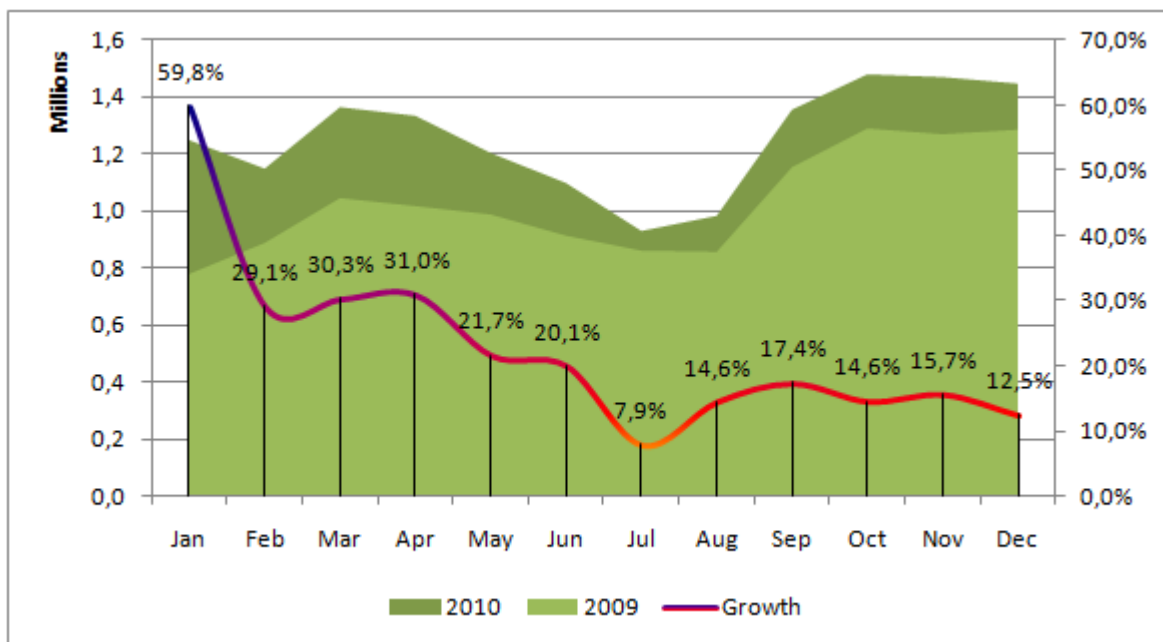
Graph 7 Аудитория Translate.Ru из Москвы и Санкт-Петербурга



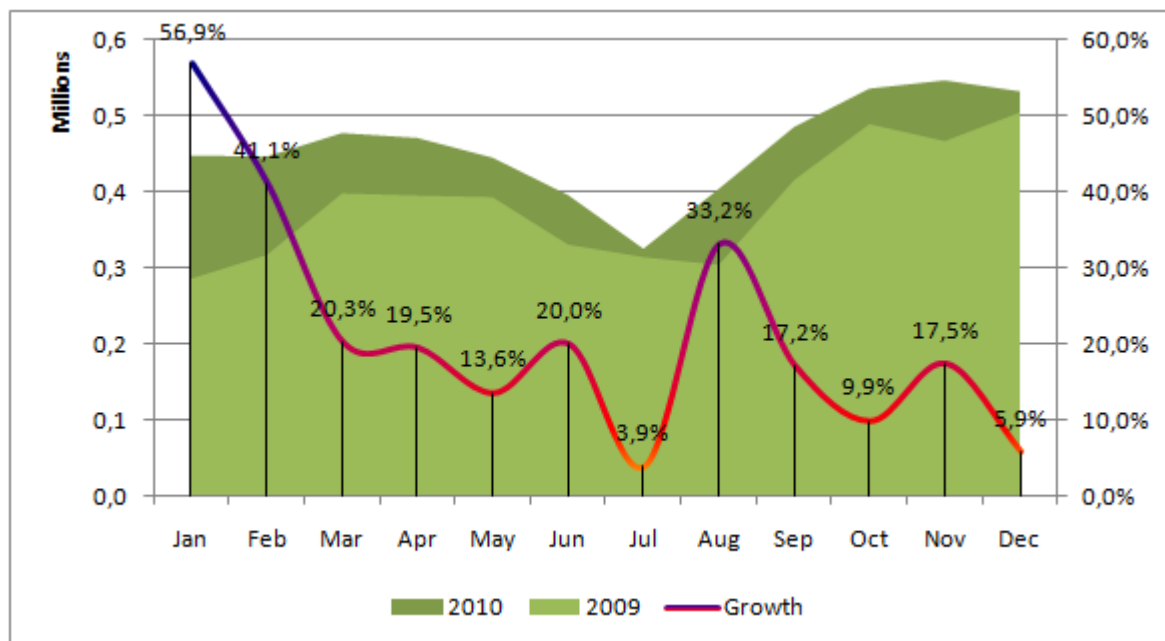
Эти данные еще раз подтверждают, что основной прирост аудитории по Российской Федерации в 2010 году происходил в первую очередь за счет регионов.

Динамика в течение года в целом повторяет российскую.

Graph 8 Динамика аудитории Translate.Ru из Москвы



Граф 9 Динамика аудитории Translate.Ru из Санкт-Петербурга

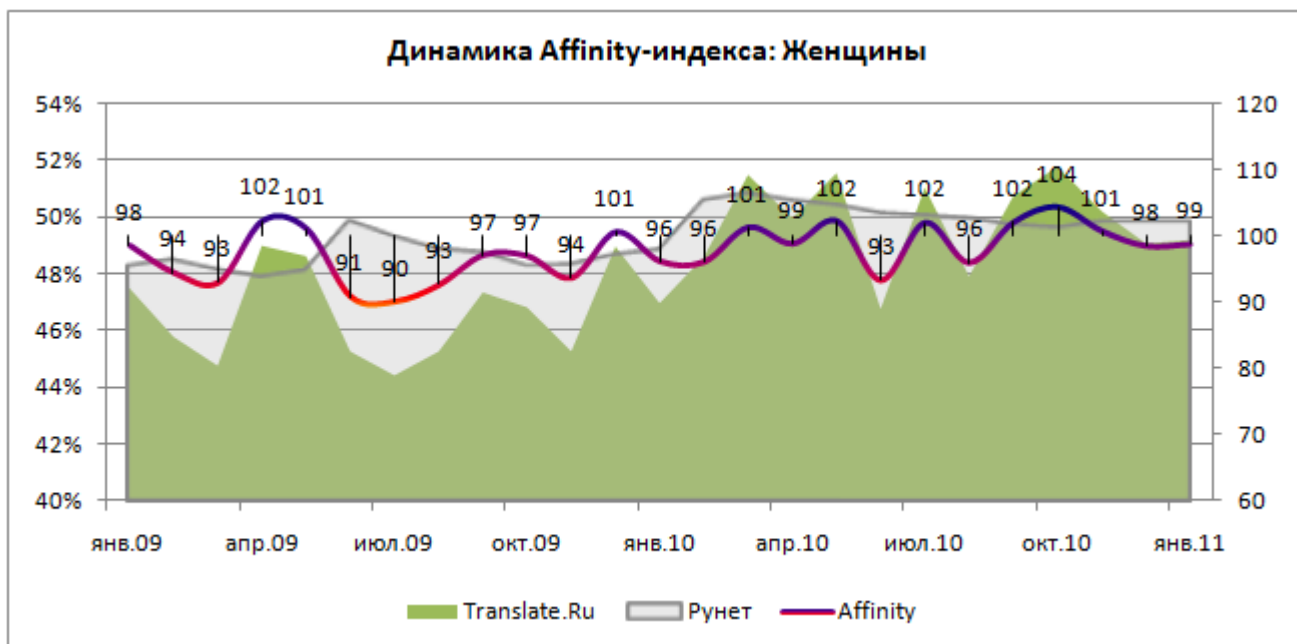
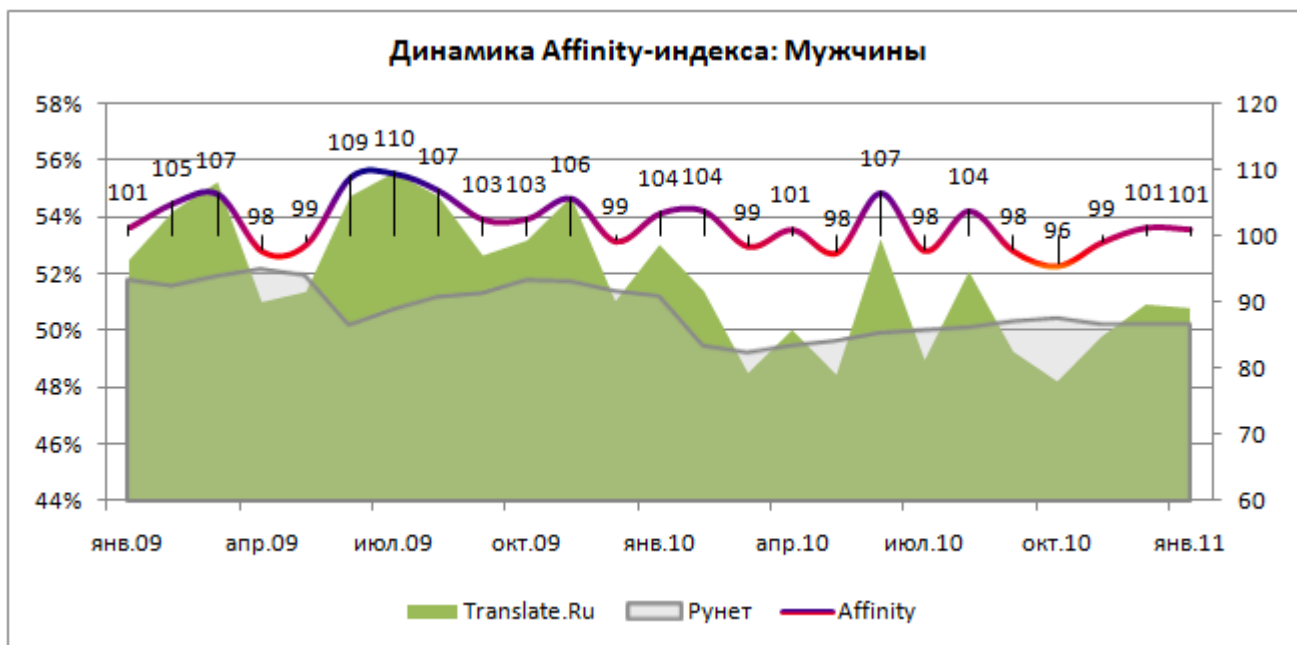


## Структура аудитории Translate.Ru

### Мужчины и женщины на Translate.Ru

Разделение аудитории на мужскую и женскую в целом повторяет общую картину, сложившуюся в Рунете: на протяжении всего периода измерений Affinity-индекс по Рунету<sup>1</sup> находится в районе 100. При этом за 2 года заметно, что июнь и август на Translate.Ru – чуть более «мужские», чем в целом по России.

Если сравнивать с 2009 годом, где в среднем мужская аудитория была чуть более заметна, то в 2010 году видна тенденция к выравниванию с общими значениями по Рунету.



<sup>1</sup> Affinity-индекс – отношение доли измеряемой группы на сайте к общей доле той же группы по Рунету в целом, умноженное на 100 (по данным исследований TNS).

### Возраст аудитории Translate.Ru

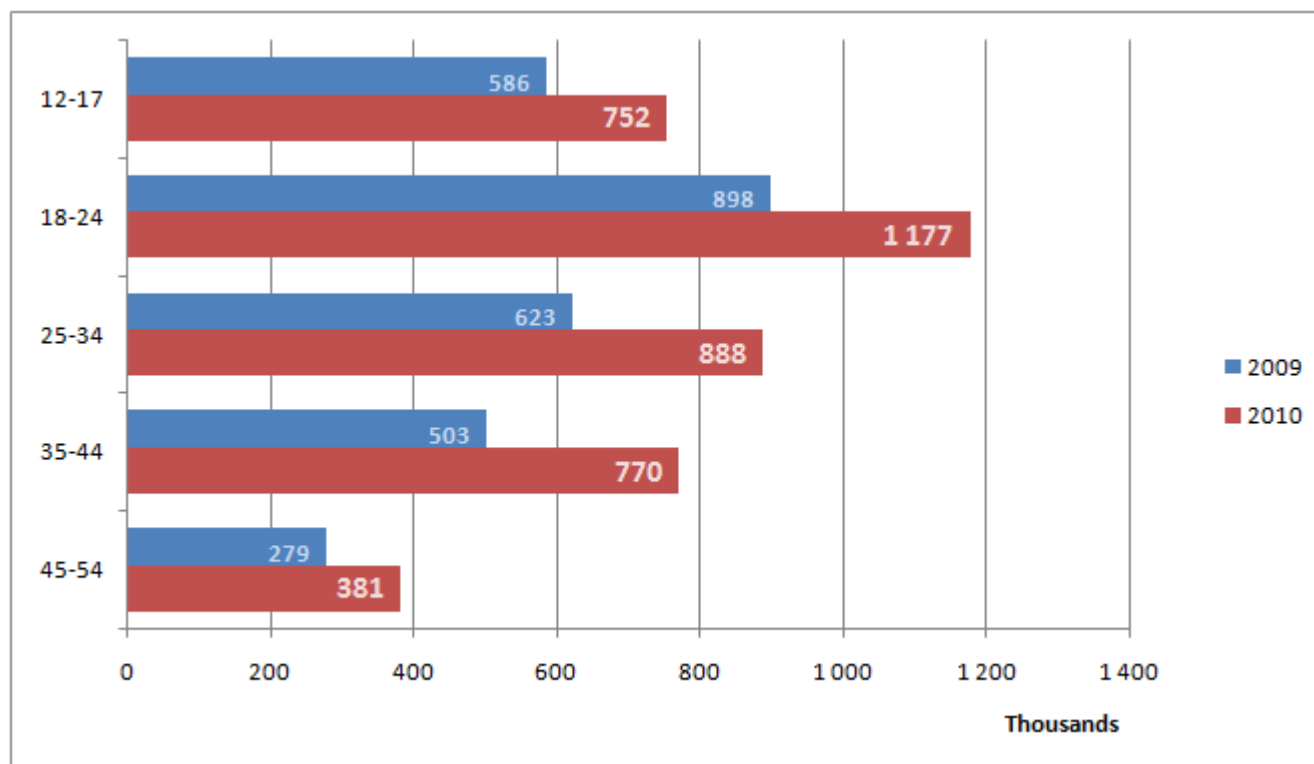
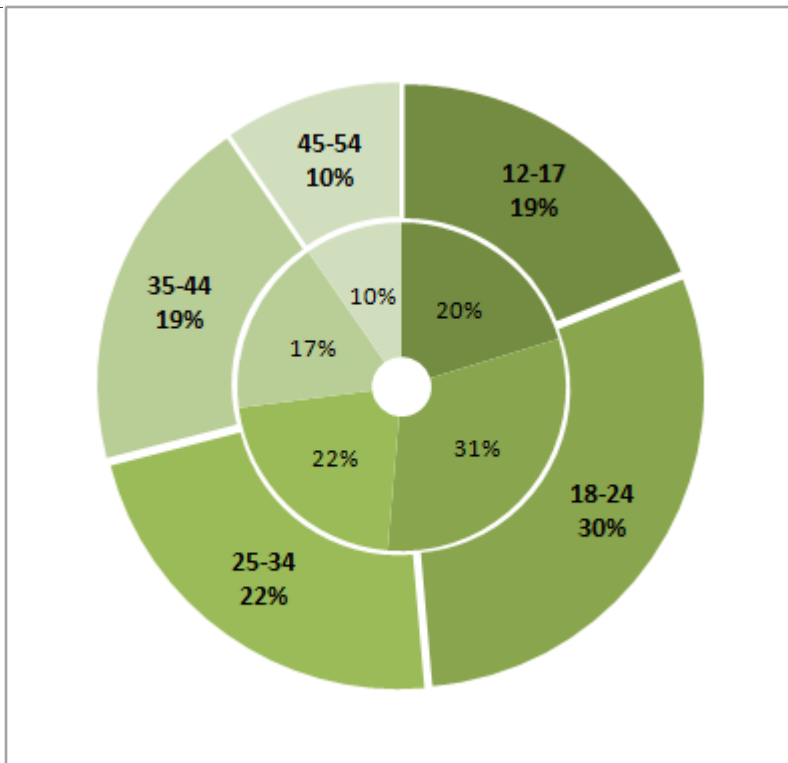
За 2010 год средний возраст аудитории сайта несколько сместился в сторону старения.

Доля молодой аудитории в возрасте от 12 до 24 лет уменьшилась в совокупности на 2%, которые добавились к аудитории от 35 до 44 лет.

При этом в абсолютных показателях среднемесячной аудитории в 2010 году наибольший прирост показала все-таки аудитория 18-24 (+279 тыс. в сравнении с 2009 годом). Эта возрастная группа по-прежнему остается самой многочисленной на Translate.Ru.

Следующими по абсолютным темпам прироста идут сразу 2 группы пользователей: 25-34 и 35-44, которые добавили в среднемесячной аудитории 265 тыс. и 267 тыс. соответственно.

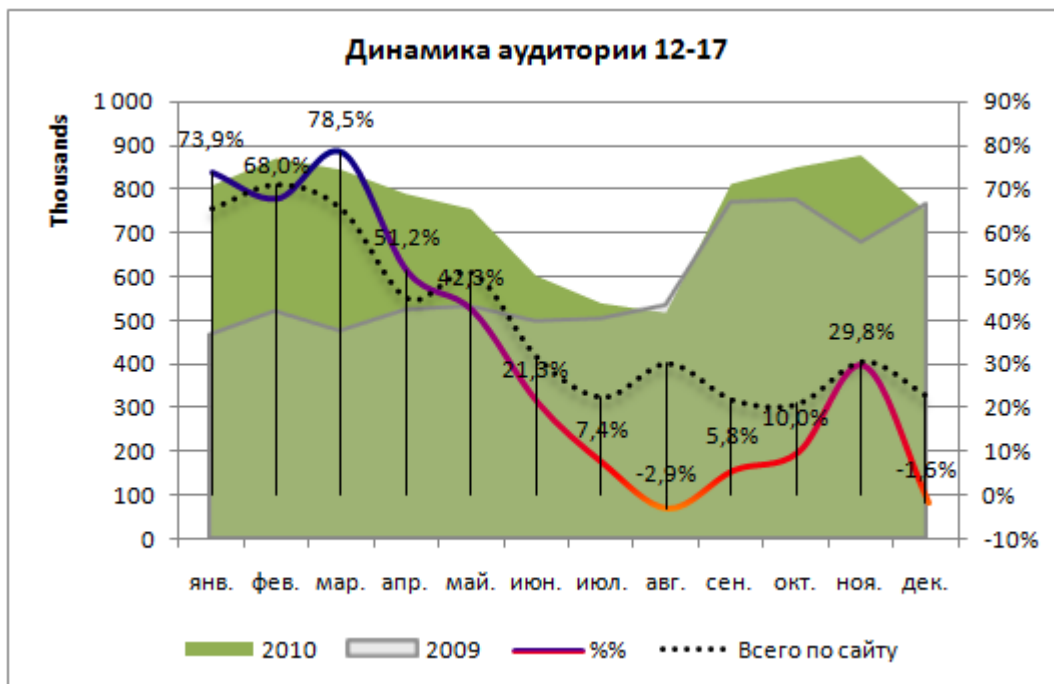
В процентном отношении самой быстрорастущей оказалась группа пользователей в возрасте от 35 до 44 лет (+53,2% в сравнении с 2009 годом). Меньше всех остальных выросла группа 12-17 (+28,5%).



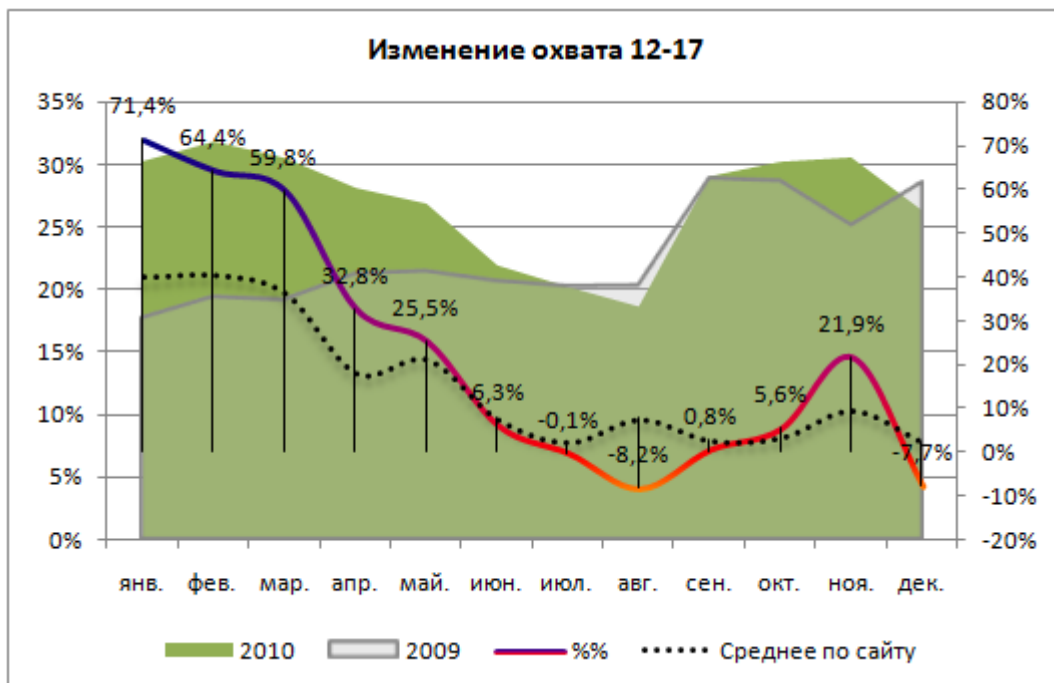
Для более точного представления о портрете аудитории и его изменении следует рассмотреть аудиторию отдельно по каждой возрастной группе в динамике в течение всего года.

12-17

Самая «нерастущая» аудитория в 2010 году. Из показателей динамики видно, что основной рост пришелся на сентябрь 2009 года, и с тех пор заметного прибавления в абсолютных значениях не было.



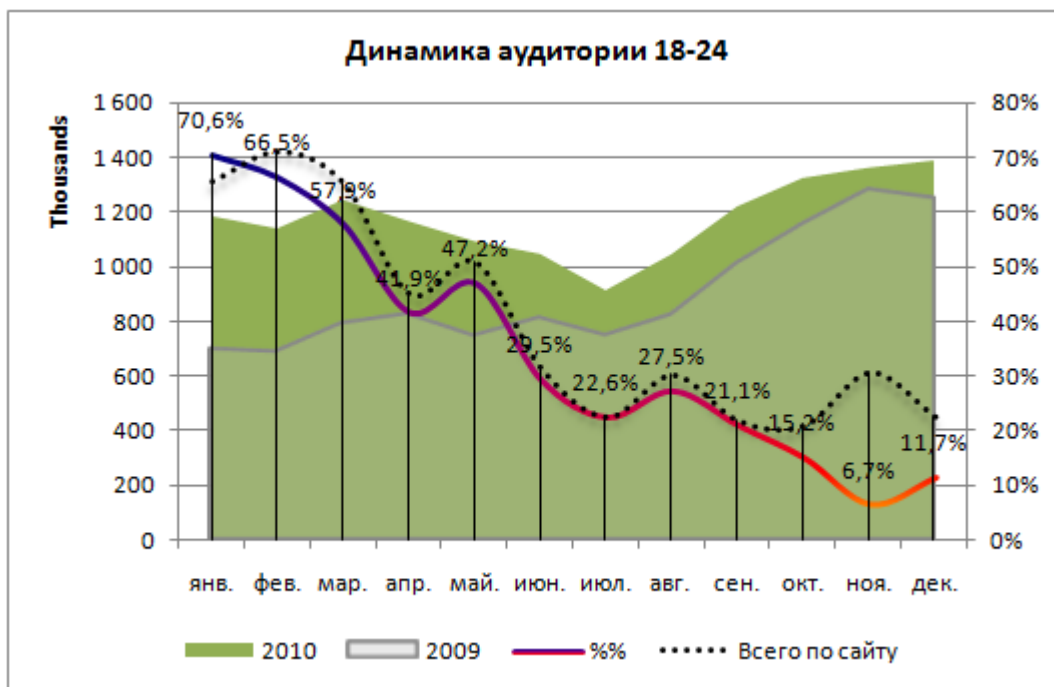
Более того, к середине года стал падать охват аудитории в данном возрастном сегменте, и только в ноябре произошло некоторое восстановление, когда рост превысил прошлый год.



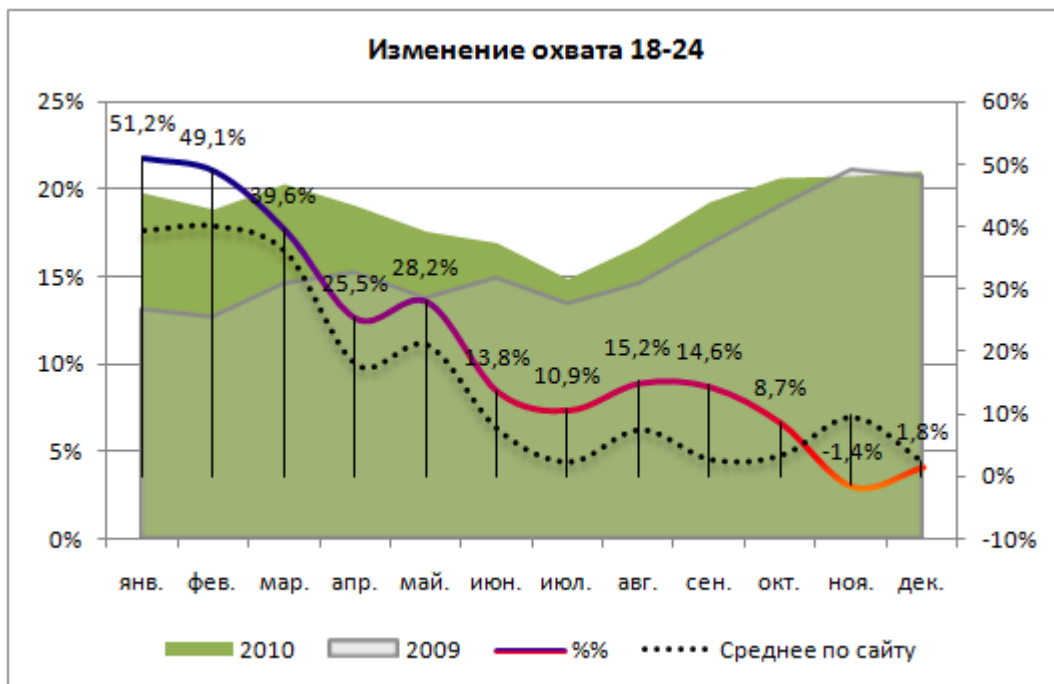
Для этой группы аудитории больше других стал заметен летний спад посещаемости.

18-24

Самая многочисленная аудитория на сайте Translate.Ru (30% всех пользователей сайта). В течение всего года росла равномерно, в целом повторяя общую динамику по всем группам (во многом ее и определяя). В ноябре рост резко замедлился.

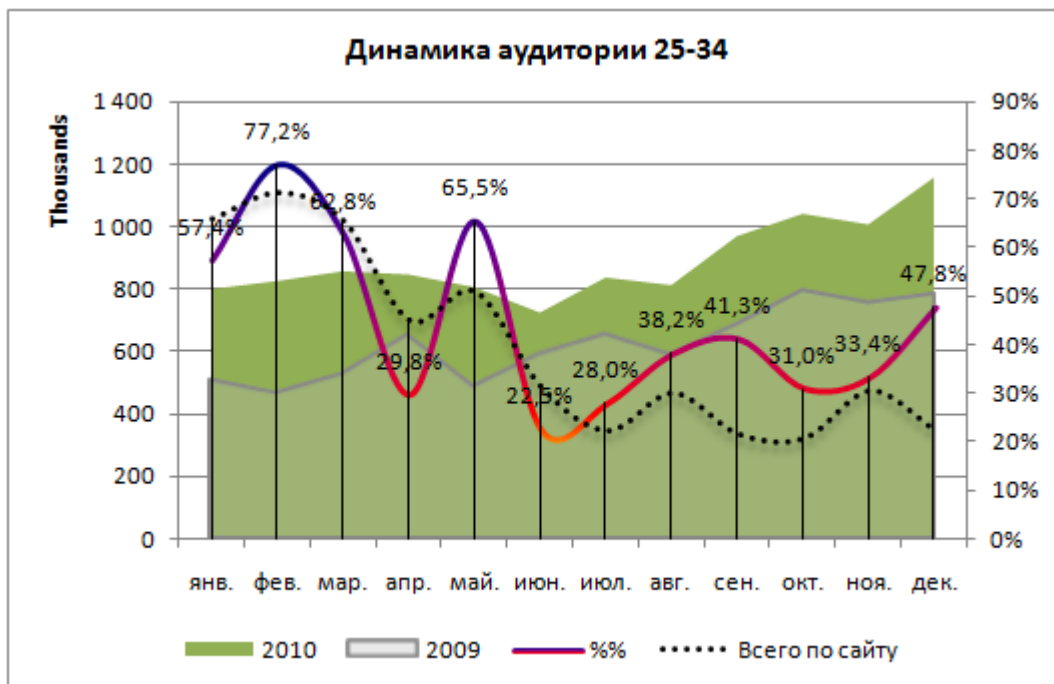


При этом замедление роста только отчасти может быть объяснено сокращением доли этой аудитории в Рунете (пользователи просто переходят в другой возрастной сегмент). К концу года, начиная с октября, прекратился и рост охвата в данной возрастной группе.

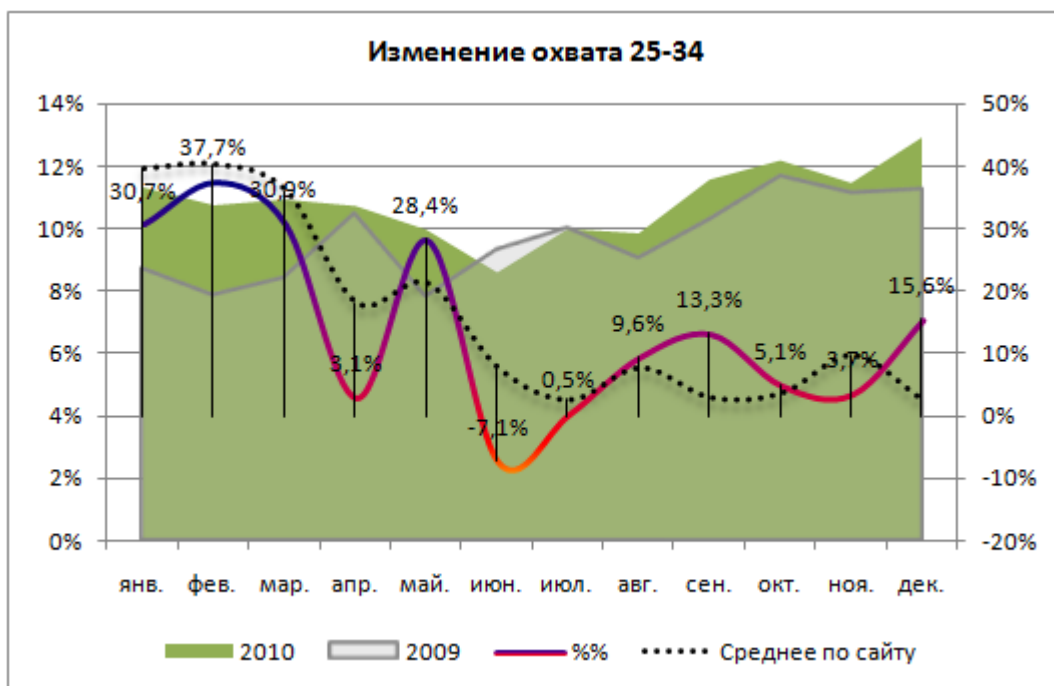


25-34

Самая многочисленная аудитория в Рунете, при этом имеющая самый маленький охват на Translate.Ru. Вторая по относительным темпам прироста за 2010 год (+42,6% в среднемесячной аудитории).



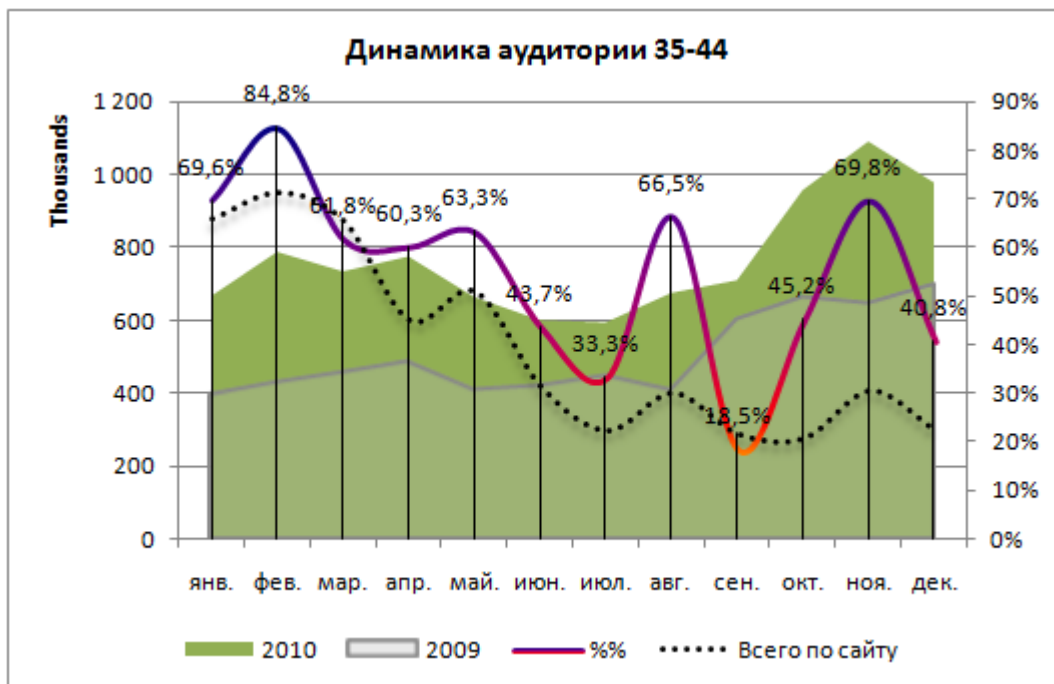
Ускорение роста и увеличение охвата к концу года стало быстрее, чем по сайту в среднем.



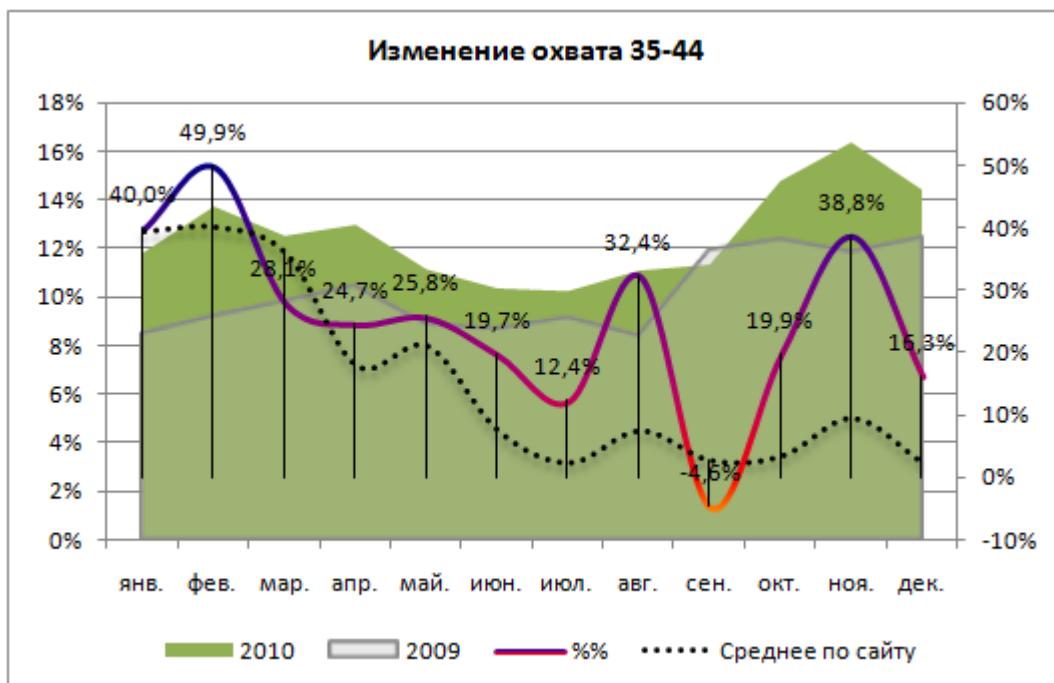
В динамике нет длительного летнего спада, но при этом заметно существенное месячное падение в аудитории в июне (в 2009 году таким месяцем был май).

35-44

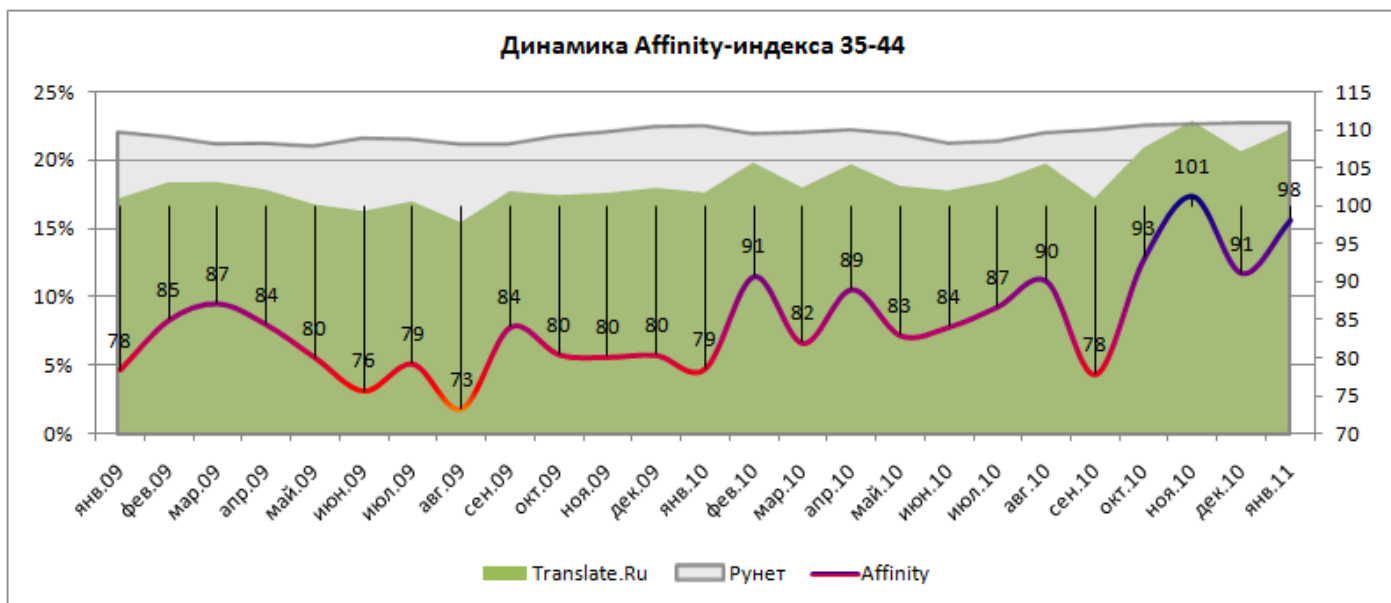
Самая быстрорастущая аудитория в 2010 году, высокие темпы прироста которой сохранялись на протяжении всего года и составили 53,2% в среднем за аудиторией.



Исключением можно считать сентябрь, когда произошло временное падение охвата в данном сегменте аудитории, но в среднем за год охват Рунета по данной аудитории увеличился на 24,4% в сравнении с прошлым годом. Это – максимальный рост охвата в возрастных сегментах.

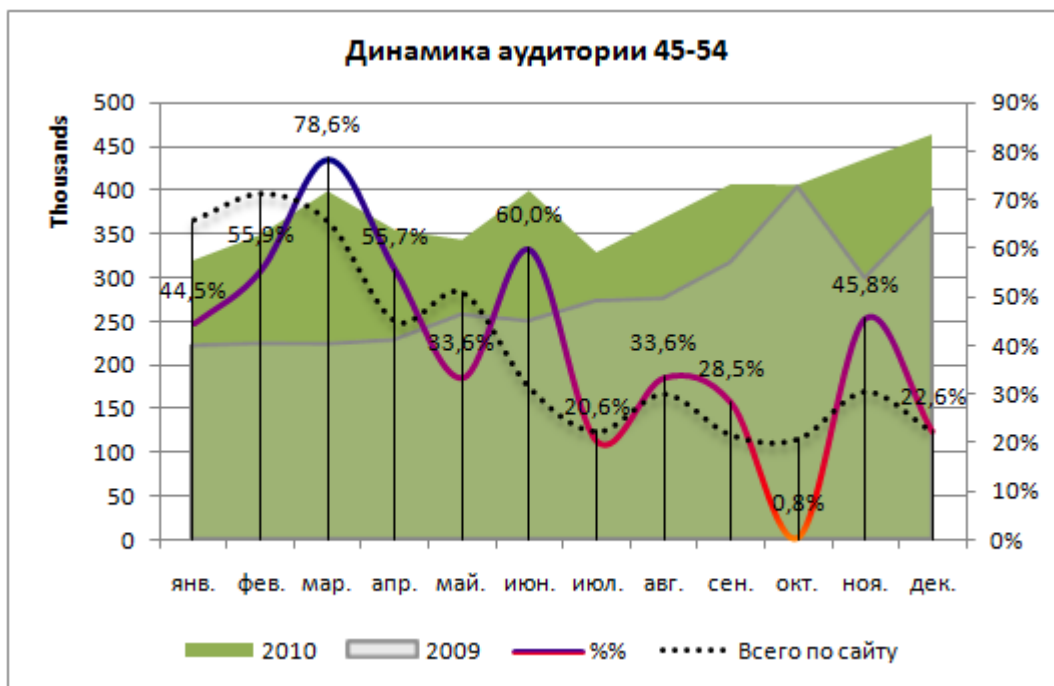


Очевидно, что в данном сегменте прирост в 2010 году был обеспечен не только старением населения России, но и существенным притоком новых пользователей, т.е. ростом охвата. Самый динамичный рост Affinity по Рунету – именно в этой аудитории: доля пользователей 35-44 на Translate.Ru к концу 2010 года догнала их же долю в среднем по Рунету.



#### 45-54

Аудитория росла чуть более хаотично, чем в среднем по сайту, но в целом повторяет общую динамику. Сложно выделить какие-либо особенности, описывающие данную возрастную группу.



Практически отсутствует летний спад.

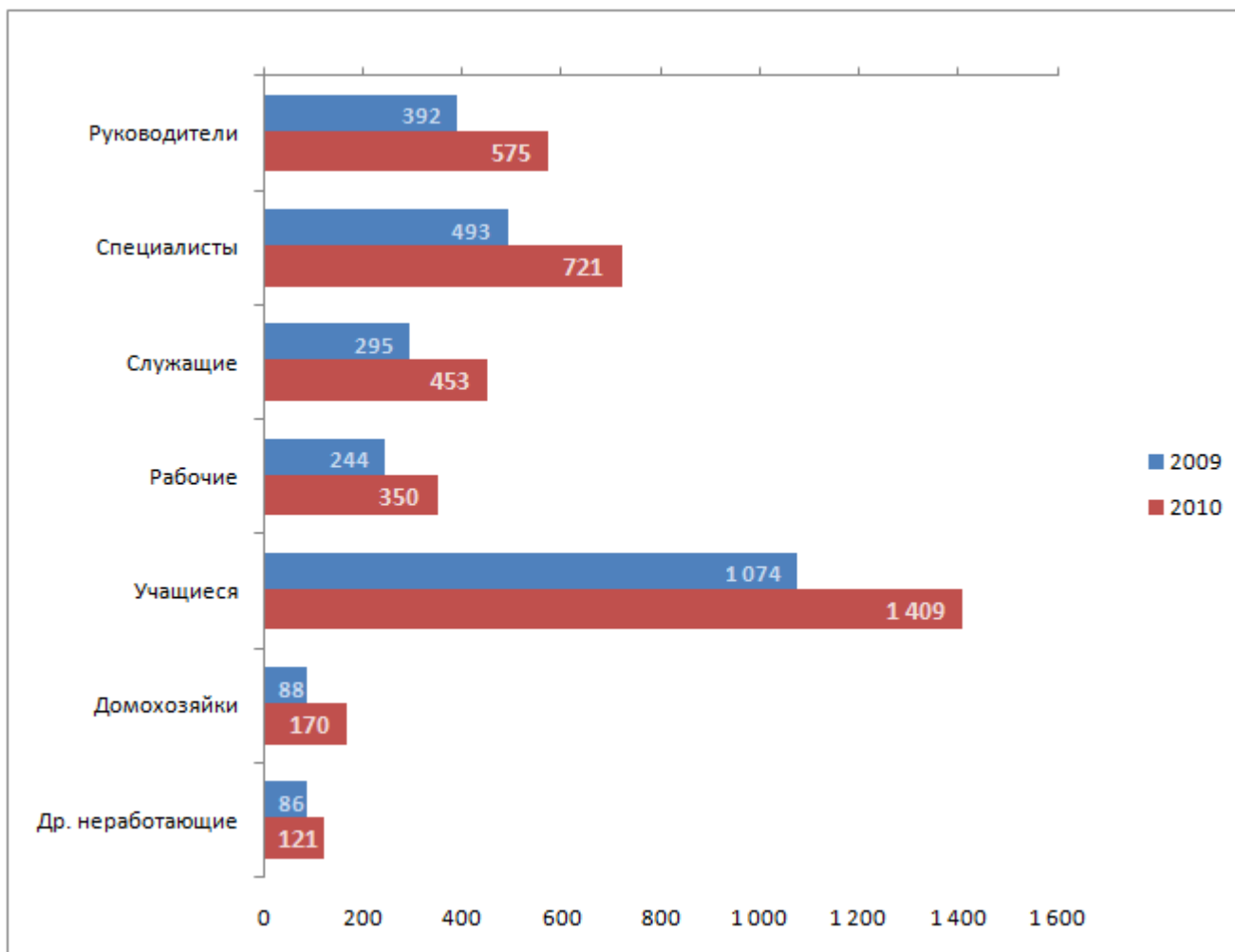
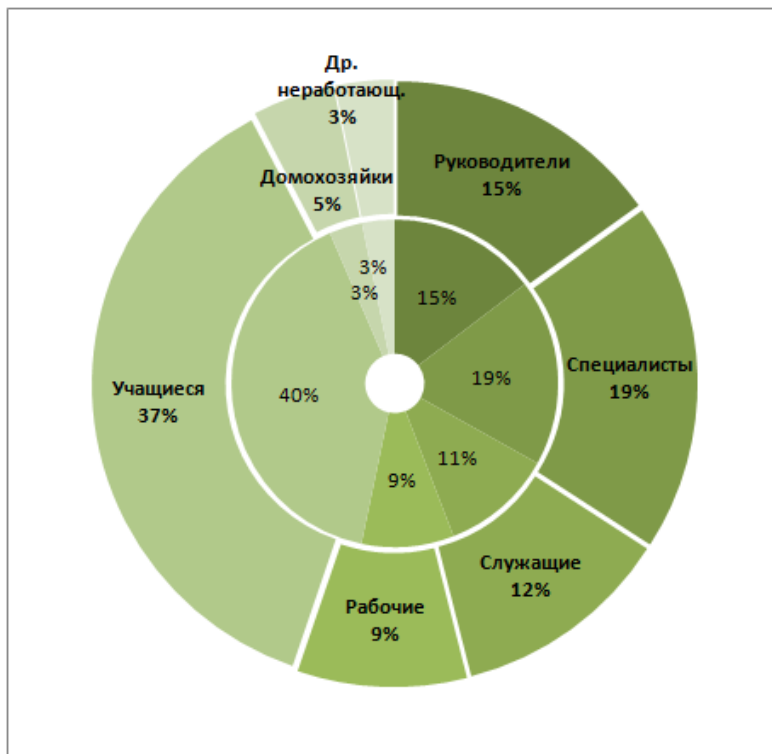
### Род занятий аудитории Translate.Ru

За 2010 год для учащихся на Translate.Ru уменьшилась на 3%, которые распределились в пользу служащих и домохозяек.

Последняя группа («Домохозяйки») показала самый большой относительный прирост (93,6% в среднемесячной аудитории), но в абсолютных показателях все равно уступила всем остальным, кроме «Др. неработающие».

Больше всех в абсолютных величинах выросла группа «Учащиеся» (+334 тыс. в среднемесячной аудитории), но при этом именно эта группа показала самые низкие темпы прироста (+31,1% в среднемесячной аудитории).

Второе и третье место по абсолютному приросту с небольшой разницей занимают «Специалисты» и «Руководители» (228 тыс. и 183 тыс. в среднемесячной аудитории). Темпы прироста этих групп примерно одинаковые и составляют в районе 46,5% в среднемесячной аудитории.

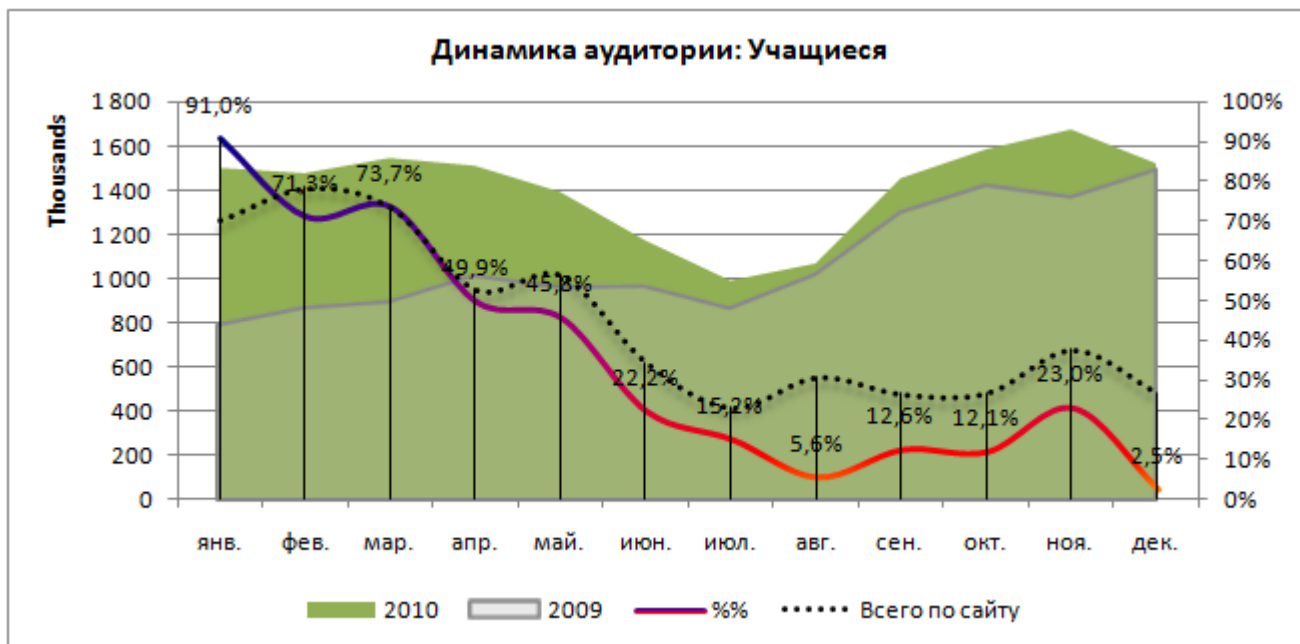


После домохозяек и других неработающих самый высокий относительный прирост у категории «Служащие» - +53,6% в среднемесячной аудитории, что составило +158 тыс. в абсолютных величинах.

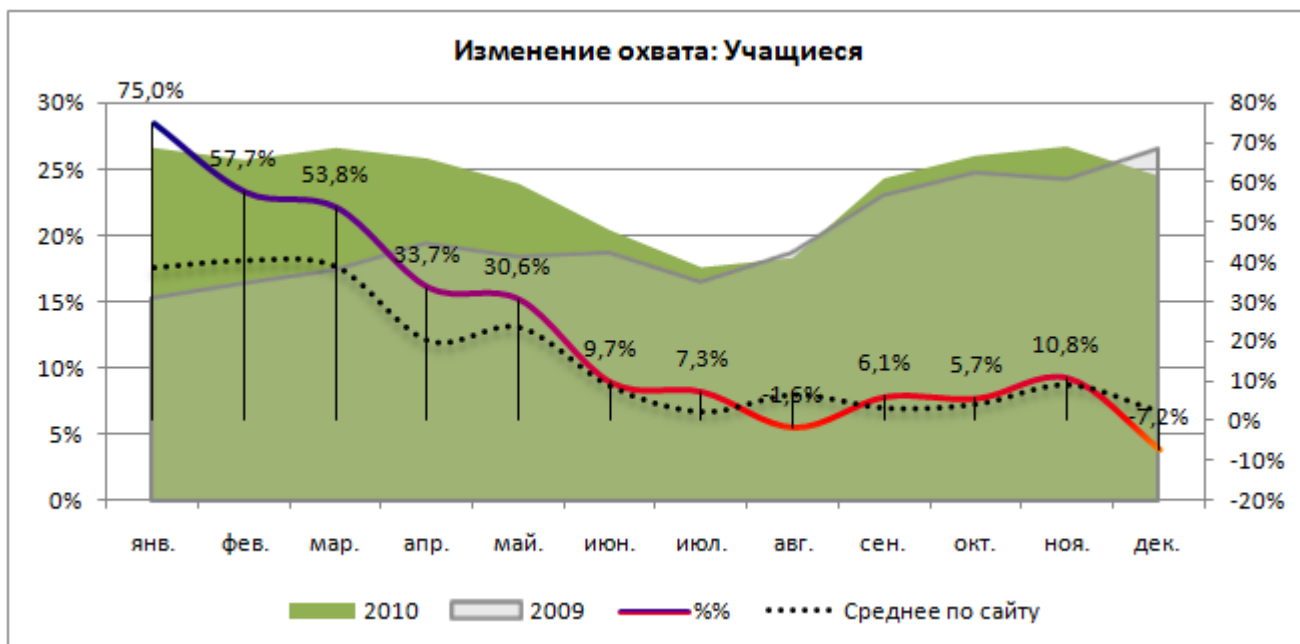
В общем рост выглядит равномерным по всем группам.

### Учащиеся

В целом динамика этой группы аудитории представляет усредненную динамику по возрастным группам 12-17 и 18-24, что вполне предсказуемо. Видно падение темпов роста в течение всего года, более существенное, чем по сайту в целом.

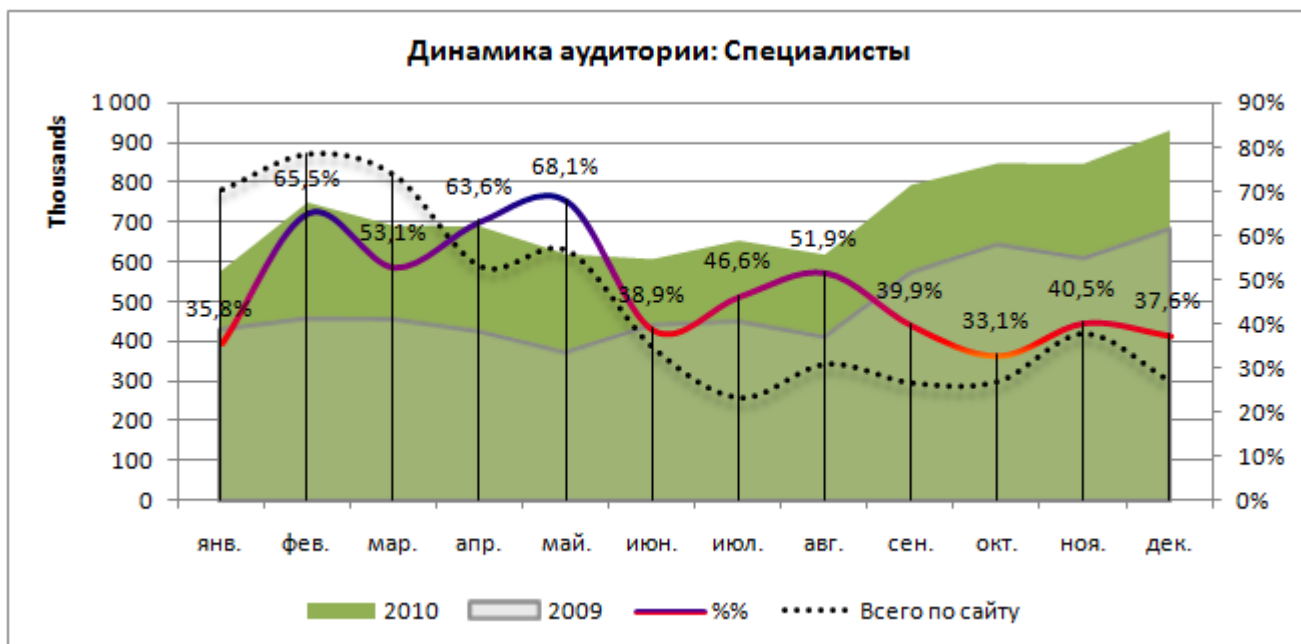


При этом охват данной аудитории перестал расти, и во второй половине года появились тенденции к его падению. К концу 2010 года доля учащихся в общей аудитории сайта снизилась с 40% до 35%.

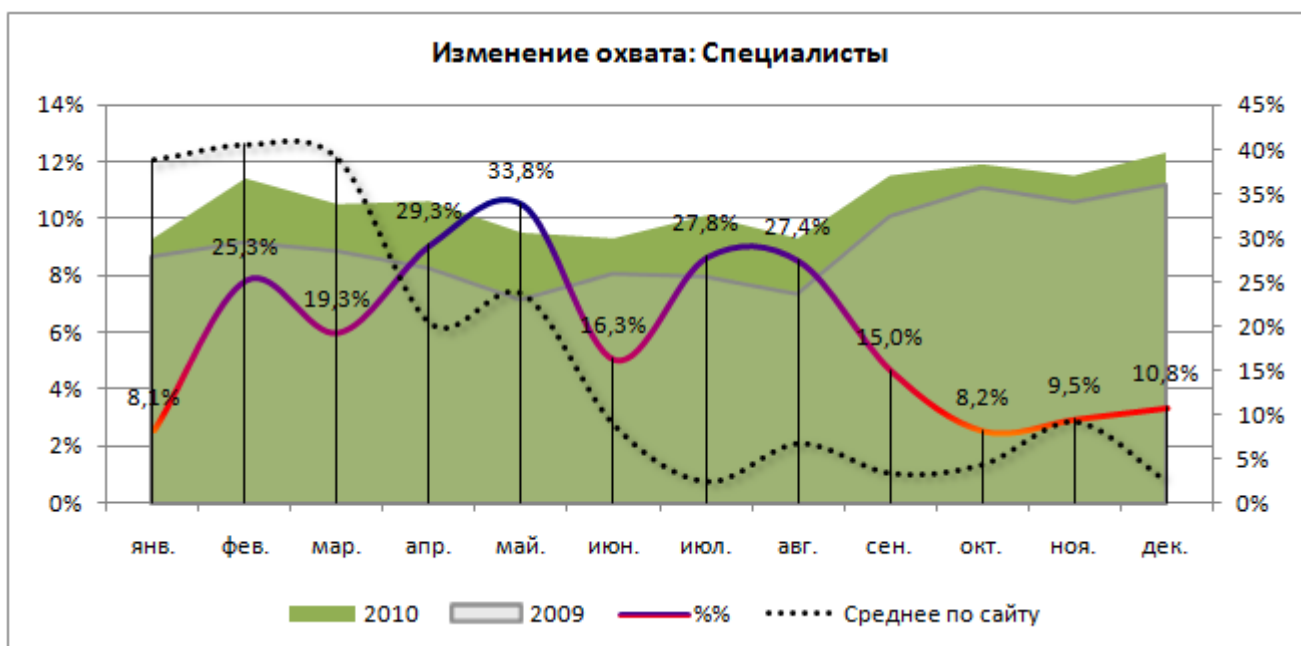


### Специалисты и служащие

В течение 2010 года эти две группы показали максимальный абсолютный прирост и догнали по размеру аудиторию группы «Учащиеся». При этом служащие показали максимальный относительный прирост среди занятых групп населения.

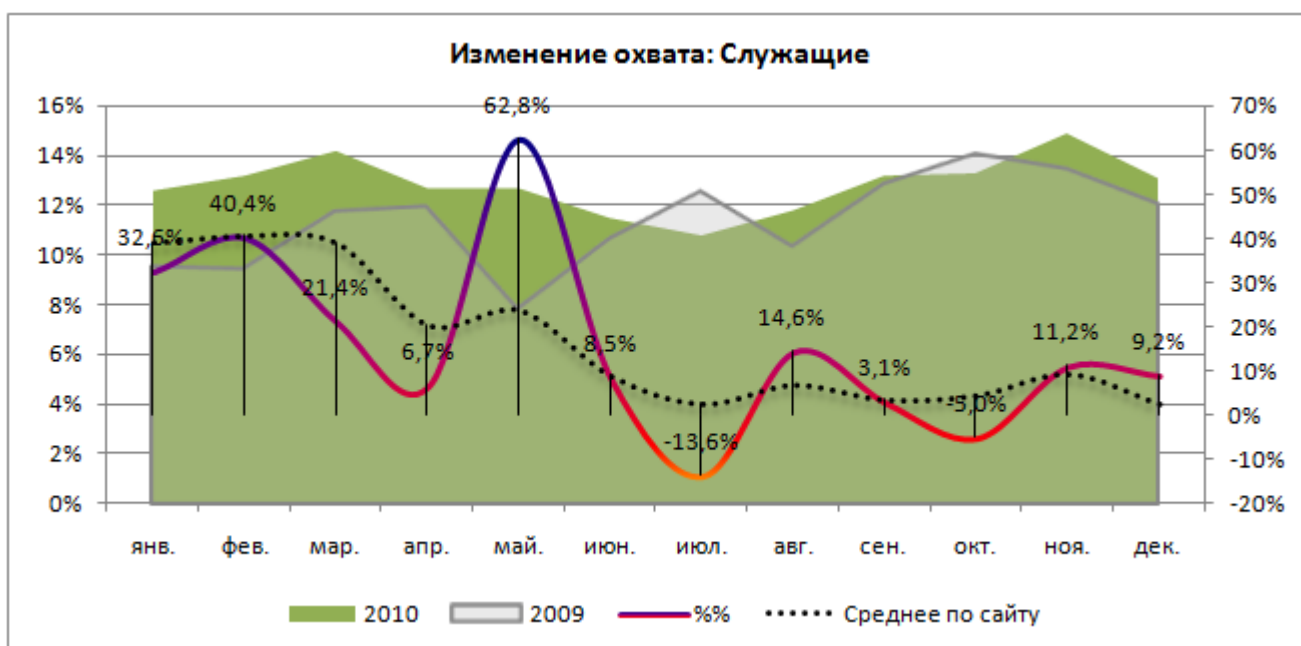
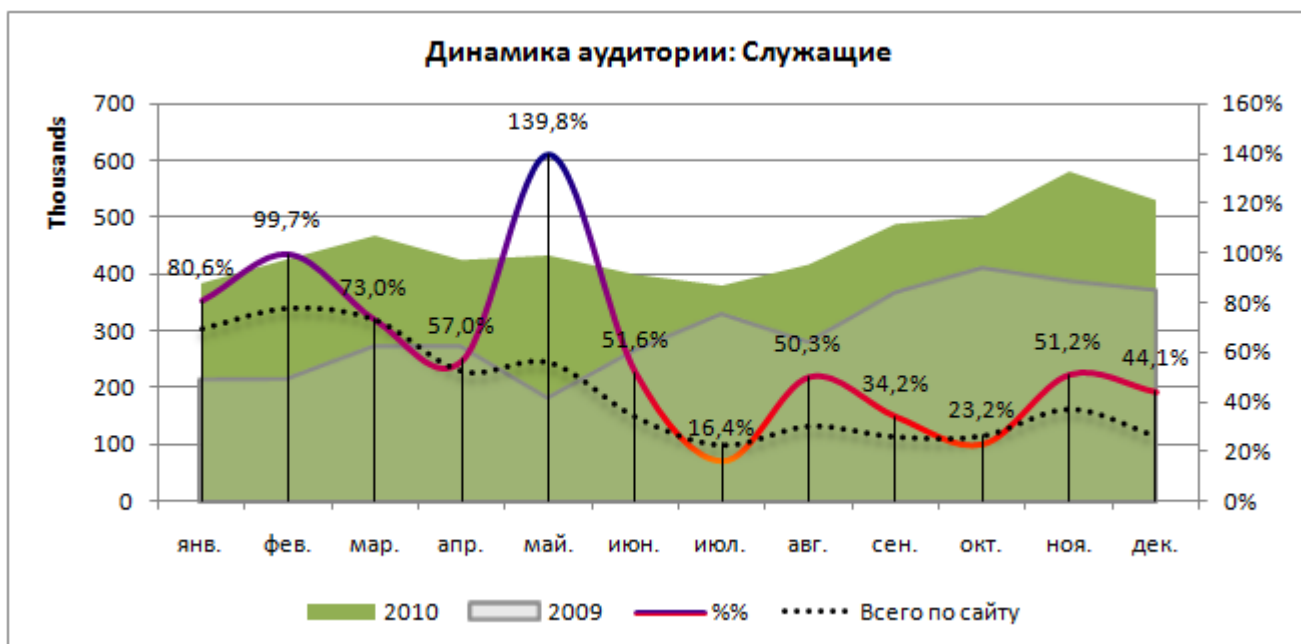


Прирост в категории «Специалисты» в течение года стал опережать средние темпы по сайту.



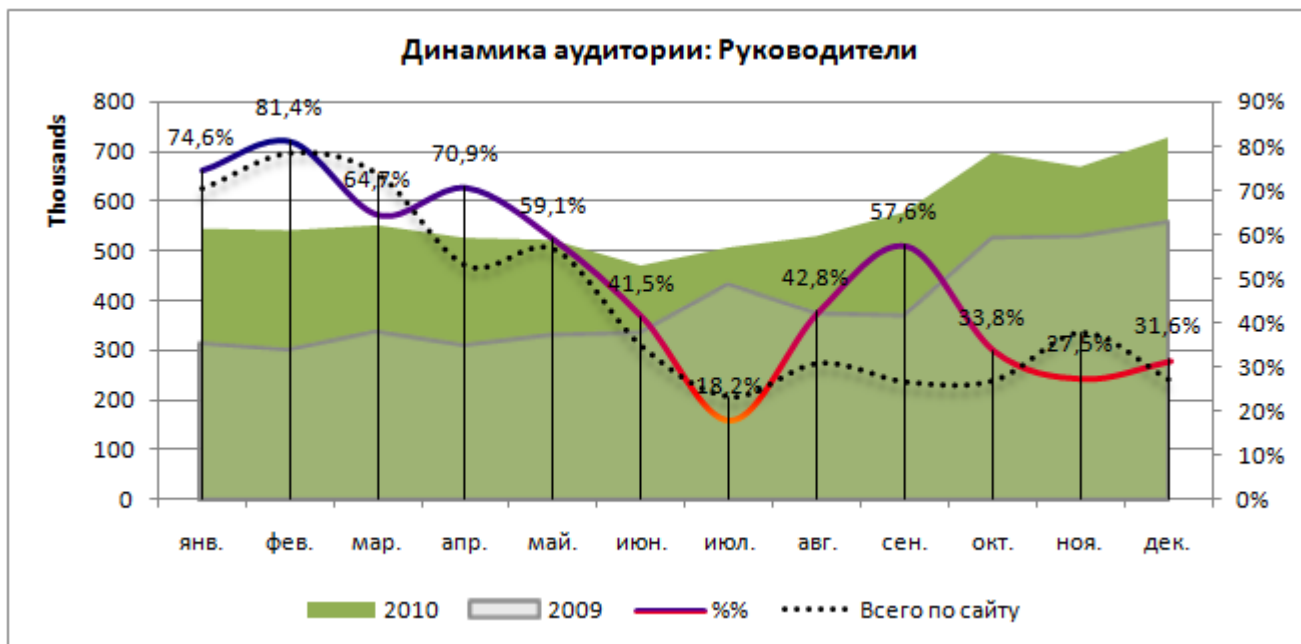
При этом «Специалисты» все равно остаются группой с самым низким охватом аудитории Рунета. Affinity-индекс не поднимался выше 86, а среднемесячное значение на конец 2010 года составляет около 70.

Служащие показали максимальный относительный прирост, но при этом весь он был полностью обеспечен аномальным скачком показателей в мае 2010 года, которые потом вернулись к значениям, лишь незначительно опережающим общую динамику по сайту.

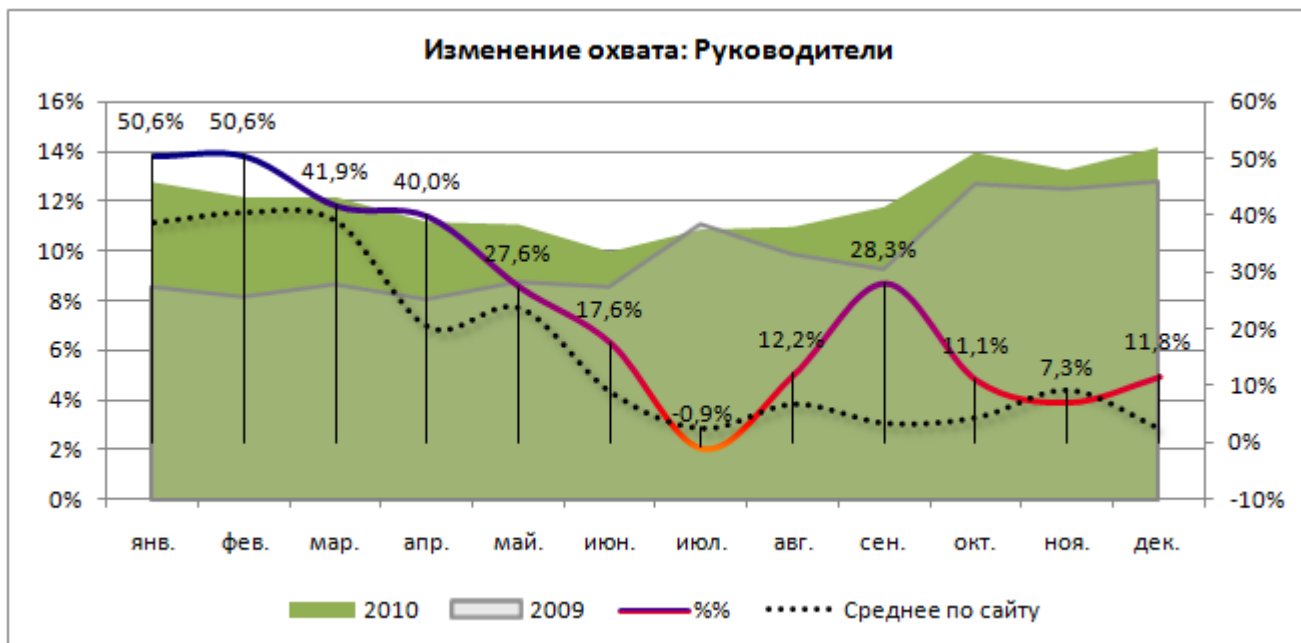


### Руководители

На протяжении всего года сохранялась положительная динамика роста с темпами, опережающими темпы прироста по сайту в целом. На протяжении всего периода прослеживалась тенденция к росту.

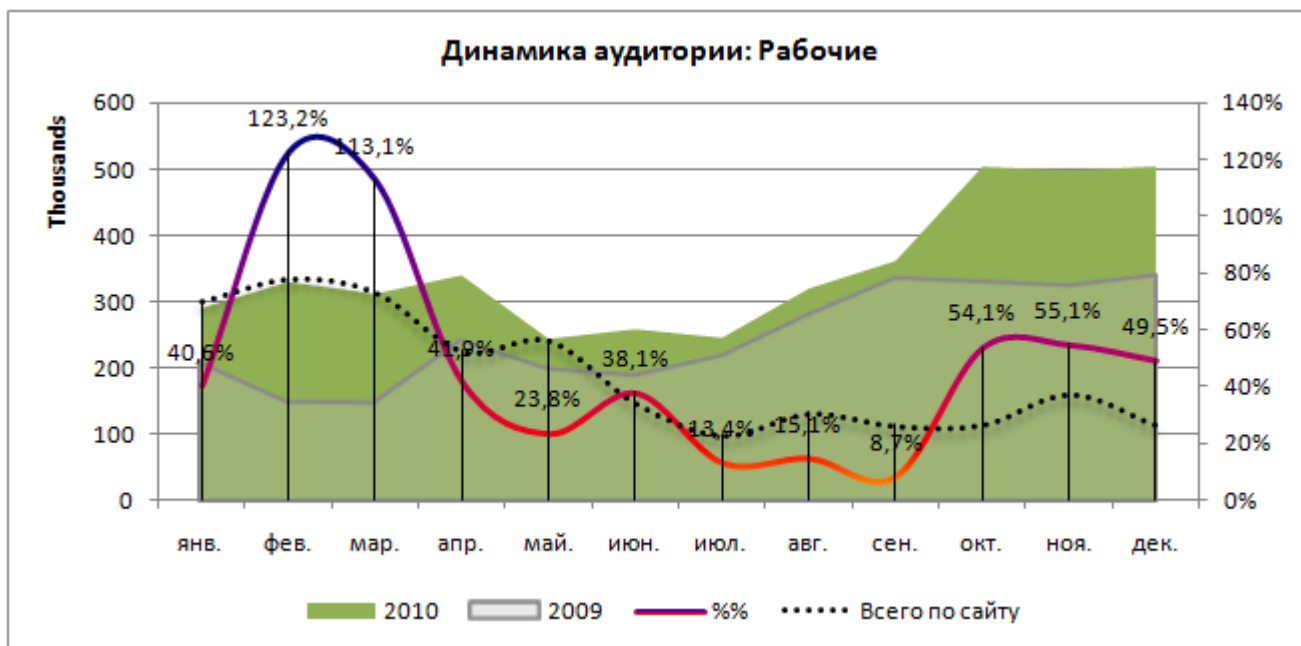


Охват Рунета в данной категории вырос примерно с 12% до 14% в течение года.

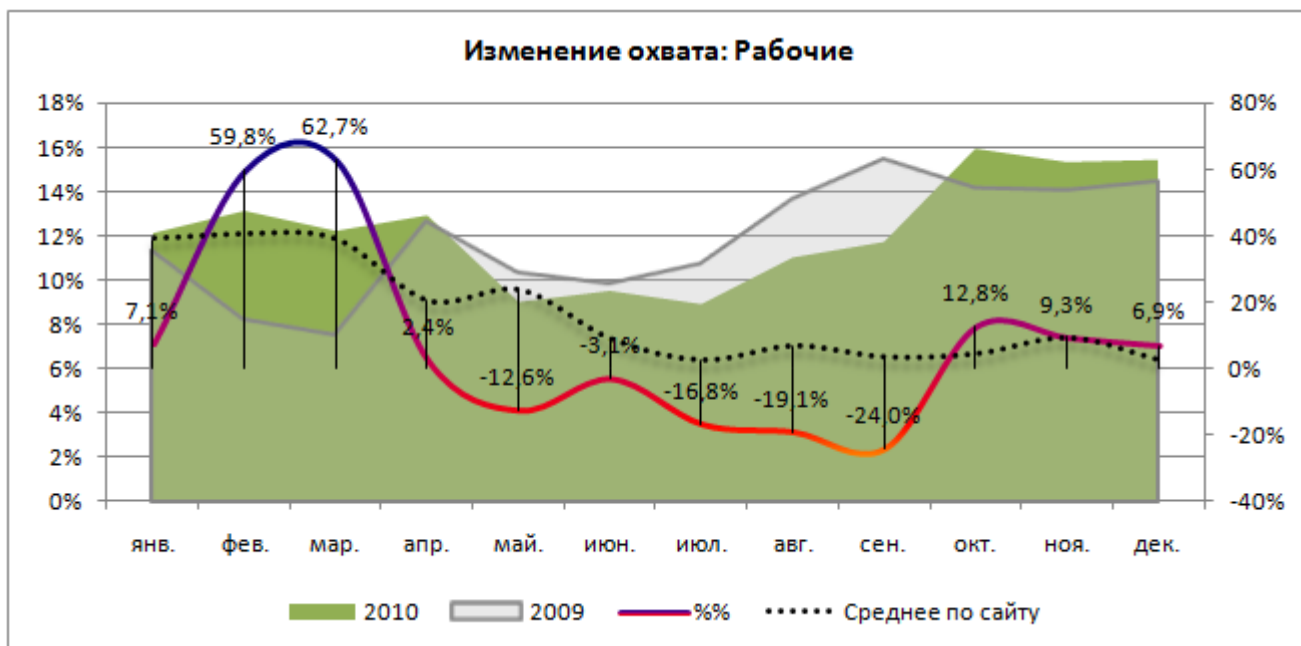


**Рабочие**

Аудитория данной категории пользователей сайта заметно стала расти с октября. К концу года охват в данной категории увеличился, что позволило ей незначительно (+1% примерно) увеличиться в общей доле. При этом все равно по абсолютной аудитории группа заметно уступает всем остальным категориям «занятых».

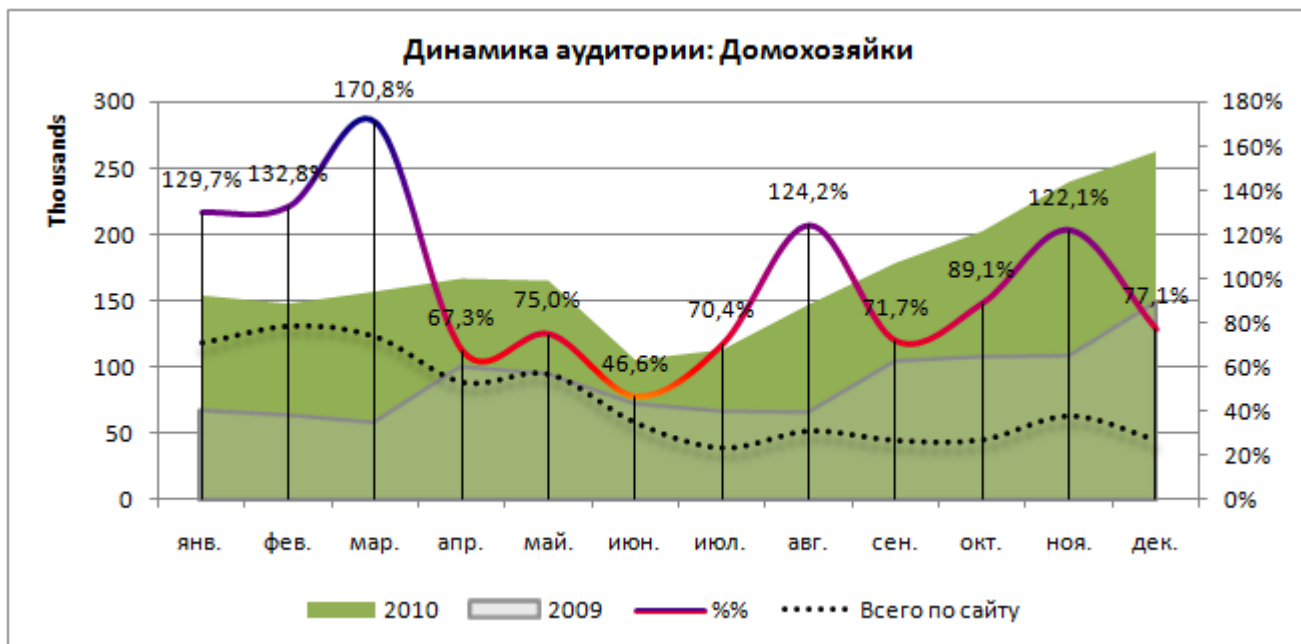


Кроме ярко выраженного падения охвата летом, сказать про нее особенно нечего.

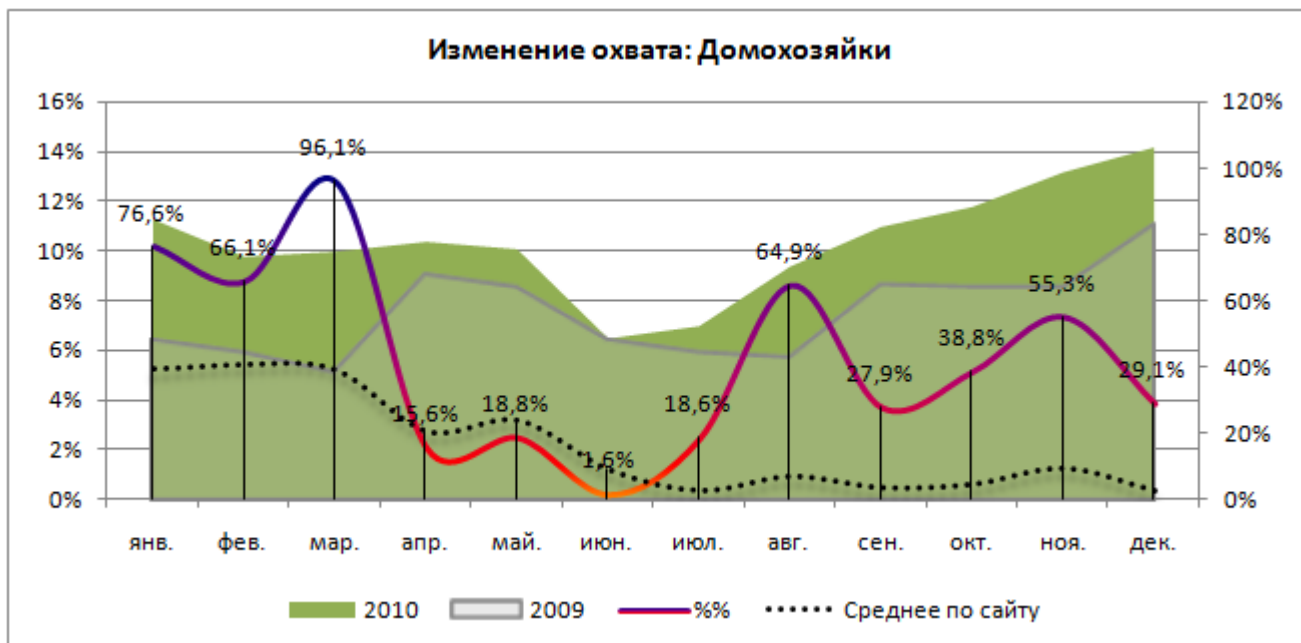


### Домохозяйки и другие неработающие

Самая быстрорастущая в 2010 году группа посетителей сайта; при этом эта группа вместе с другими неработающими – самая малочисленная на сайте.

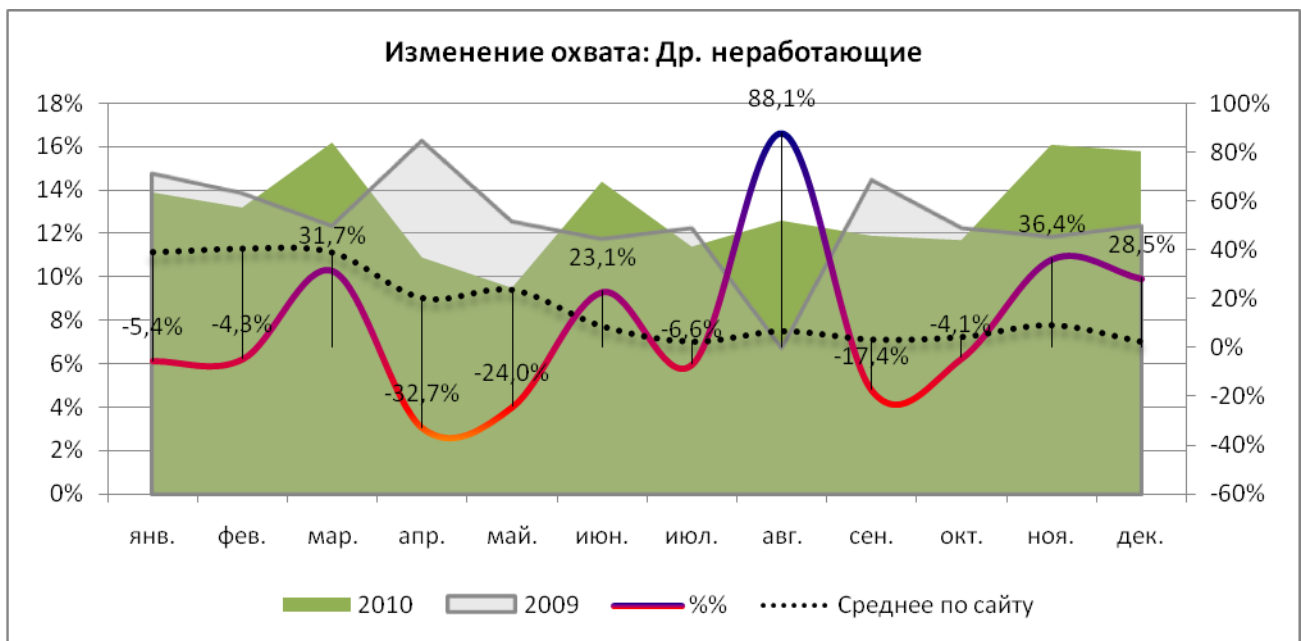
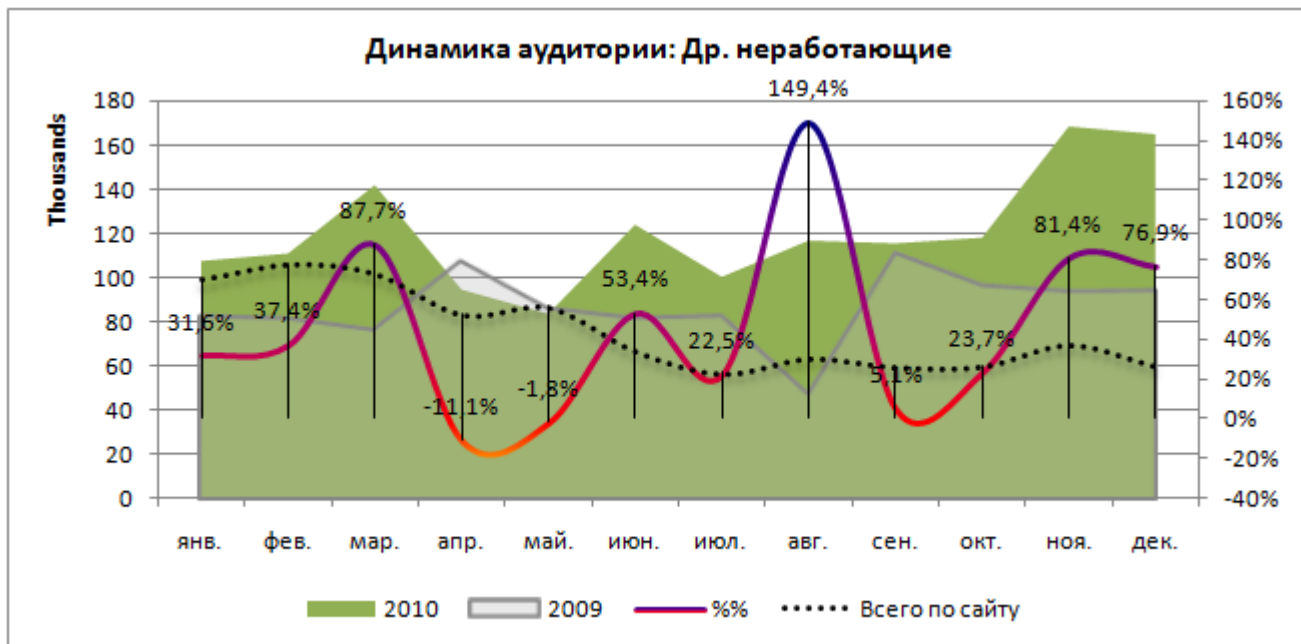


Рост и увеличение охвата – в течение всего года.



В течение 2010 года доля данной группы в Рунете выросла, в то время как ее же доля на сайте Translate.Ru росла еще быстрее темпов Рунета. Тем не менее, данная группа не получила каких-либо заметных позиций в абсолютных величинах.

Не очень понятно, кто относит себя при опросах к категории других неработающих. Сюда могут попадать и владельцы бизнеса, которые не относят себя к другим категориям, и школьники, посчитавшие, что «Учащиеся» имеют отношение только к вузам, и временно безработные, и пенсионеры. Отсюда, наверное, и такая непостоянная динамика.



Но в целом доля этой категории остается на уровне средних показателей по Рунету.