Мобильная аудитория на сайтах компаний

Мы предлагаем вам небольшой обзор, рассказывающий о растущем и перспективном сегменте Интернет-пользователей – мобильной аудитории Интернета. Время действия: январь 2010 – июнь 2011 года. В центре внимания: динамика роста мобильной аудитории, анализ мобильных устройств, которые используются для доступа в Интернет, популярные мобильные браузеры, платформы для мобильных устройств, которые мы видим в нашей статистике.

Сервис Интернет-статистики Openstat относит к **мобильной аудитории** пользователей, просматривающих сайты с помощью телефонов, коммуникаторов или других мобильных устройств, определяемых на основе семейства браузера, операционной системы, экранного разрешения. К «мобильной» аудитории не относятся посетители, использующие, например, ноутбуки с подключением к интернету через операторов сотовой связи. Уникальный пользователь с мобильным устройством идентифицируется так же, как и обычный посетитель сайтов, то есть на основе файлов Cookie или комбинации IP-адрес + строка User Agent, что на интервале одного дня позволяет с высокой точностью идентифицировать пользователя.

В исследовании используется агрегированная статистика посещений примерно 400 тыс. сайтов, для которых основной аудиторией являются посетители из России. Учитываются посещения обычных и мобильных версий сайтов. Представленные в исследовании данные позволяют оценить использование мобильных устройств для доступа мобильной аудитории преимущественно **к рядовым сайтам компаний**. В выборке участвуют сайты: СМИ, банков, страховых, туристических компаний, отраслевых порталов, игровых сайтов и т. п. Не учитывается статистика посещений социальных сетей (ВКонтакте.ru, Одноклассники.ru, Facebook, Twitter, …). Не учитывается использование Интернета с помощью мобильных приложений (Я.Карты, Google.Почта, ...). Не учитывается использование встроенных в мобильные телефоны приложений для отправки и получения электронной почты.

В качестве показателя на графиках и диаграммах представлено среднее ежедневное количество посетителей, просматривающих сайты с помощью мобильных устройств.

Вся аудитория vs. Мобильная аудитория сайтов: глобальные тренды.

По данным статистики посещений сайтов аудитория Интернет (и мобильная и немобильная) в целом, несомненно, растет. Для нашей задачи (изучения мобильной аудитории) особенно интересен тот факт, что **мобильная аудитория показывает тенденцию к увеличению числа посетителей стабильнее**, чем аудитория в целом. Она в меньшей степени подвержена сезонным колебаниям, меньше «теряет» в период отпусков и праздничных дней. Не секрет, что большой процент посетителей различных сайтов использует стационарный выход в Интернет на своих рабочих местах, что вполне объясняет уменьшение всей аудитории в

январские каникулы и летний период отпусков. Логично, что мобильная аудитория в эти периоды не уменьшается или уменьшается незначительно.

График №1. *Динамика всей аудитории с января 2010 по июнь 2011 (Посетители в среднем в день по месяцам)*

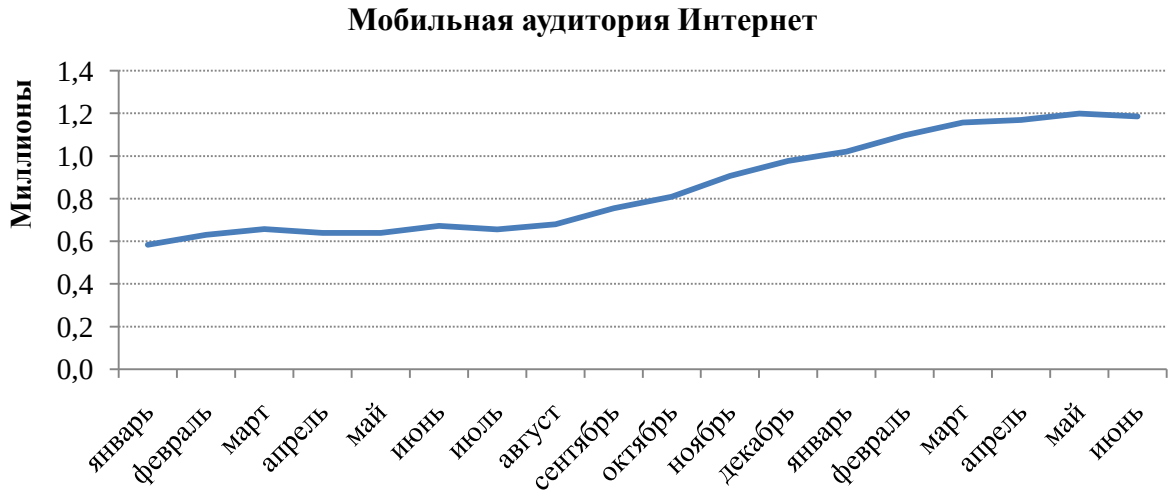


График №1. *Динамика мобильной аудитории с января 2010 по июнь 2011 (Посетители в среднем в день по месяцам)*

Посмотрим на темпы роста.

Для корректного сравнения, мы берём данные за первое полугодие 2010 года и сравниваем суточную аудиторию сайтов с первым полугодием 2011 года. Процент, показанный на гистограмме, отражает увеличение среднего числа посетителей в день для каждого месяца 2011 года относительно того же периода 2010 года.

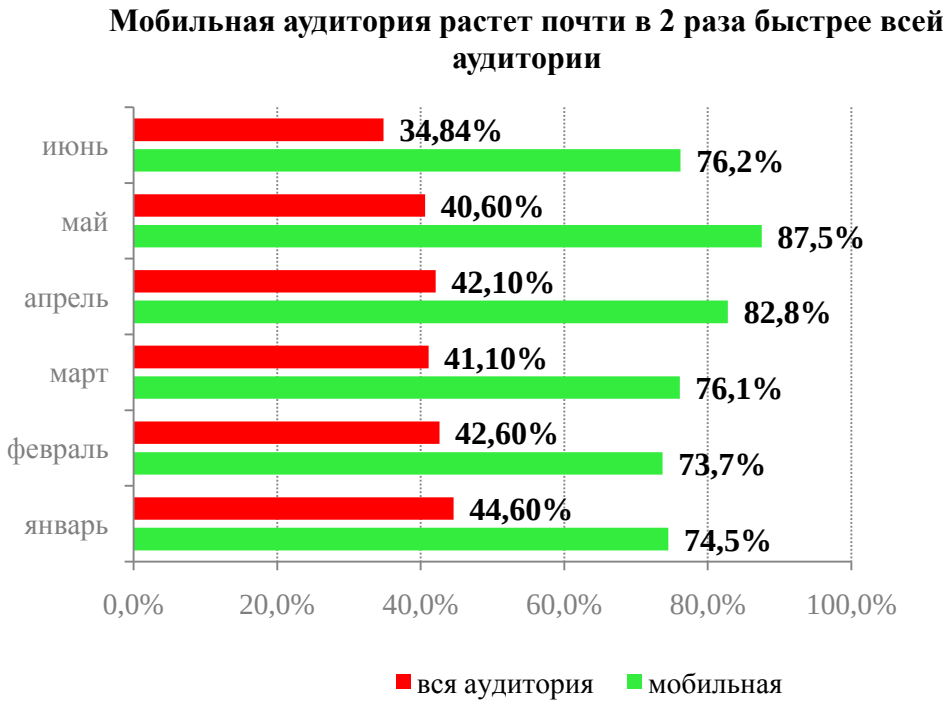
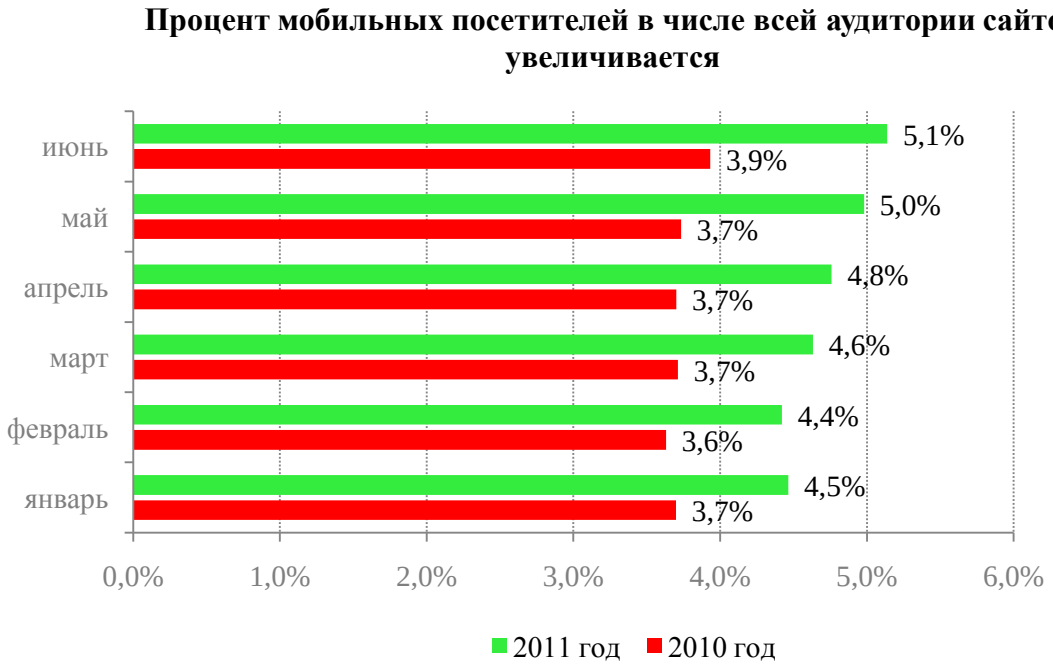


Диаграмма №2. *Процент на который увеличилось среднесуточное количество посетителей для каждого месяца первого полугодия 2011 года относительно того же периода 2010 года. Вся аудитория vs мобильная аудитория.*

Темпы роста мобильной аудитории заметно выше, чем в целом по аудитории.

До сих пор мы говорили о тенденциях и не упоминали, пожалуй, самой важной цифры и самой важной в практическом смысле тенденции: доли мобильной аудитории в составе всей аудитории, и её изменениях в рассматриваемый нами период. Насколько велик процент мобильных посетителей? Стоит ли готовить мобильную версию своего сайта или пока это всё-таки территория социальных сетей, новостных лент, почтовых агентов и расписаний движения пригородного транспорта? Мы покажем вам наши данные, ещё раз напомнив: в этой статистике социальных сетей, почтовых серверов и прочих мобильных приложений практически нет.



<u>Диаграмма 3:</u> *Процент мобильной аудитории относительно всей аудитории: первое полугодие 2010 года vs. первое полугодие 2011 года помесячно. (Посетители в среднем в день по месяцам)*

Процент мобильной аудитории с каждым месяцем постепенно увеличивается. Если в июне 2010 года мобильная аудитория составляла 3,9% всех посетителей наших сайтов, то в июне 2011 года мобильных пользователей стало уже 5,1%. Много это или мало? Среднесуточная мобильная аудитория в июне 2011 года по данным нашей статистики составляла **1 184 814 посетителей…**

Технические устройства. Производители.

Посмотрим на ситуацию с точки зрения технического обеспечения мобильного выхода в Интернет: через мобильные устройства каких производителей в сеть попадает наибольшее количество пользователей? Какова динамика присутствия мобильных устройств разных производителей от месяца к месяцу, как меняется процентное соотношение лидирующих производителей с течением времени?

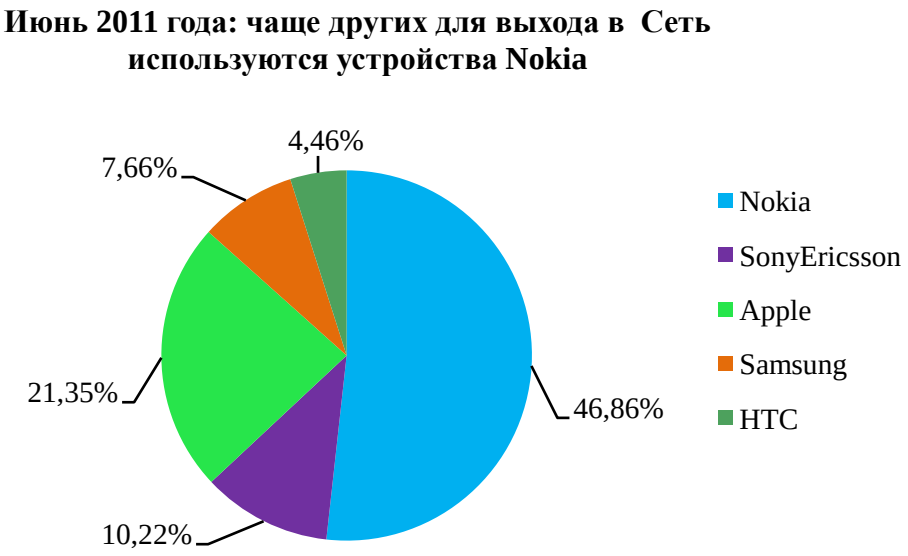


Диаграмма 4: *Процентное соотношение посетителей, использующих устройства данных производителей для выхода в Сеть в июне 2011 года.*

Лидером среди используемых для выхода в сеть технических устройств являются аппараты фирмы Nokia. Именно Nokia лидирует в нашей статистике, предлагая модели практически на любой вкус и кошелёк.

А какова динамика? Что изменилось за год? Сравним июнь 2010 и июнь 2011. Каким было и каким стало процентное соотношение мобильных посетителей, использующих устройства данных производителей?

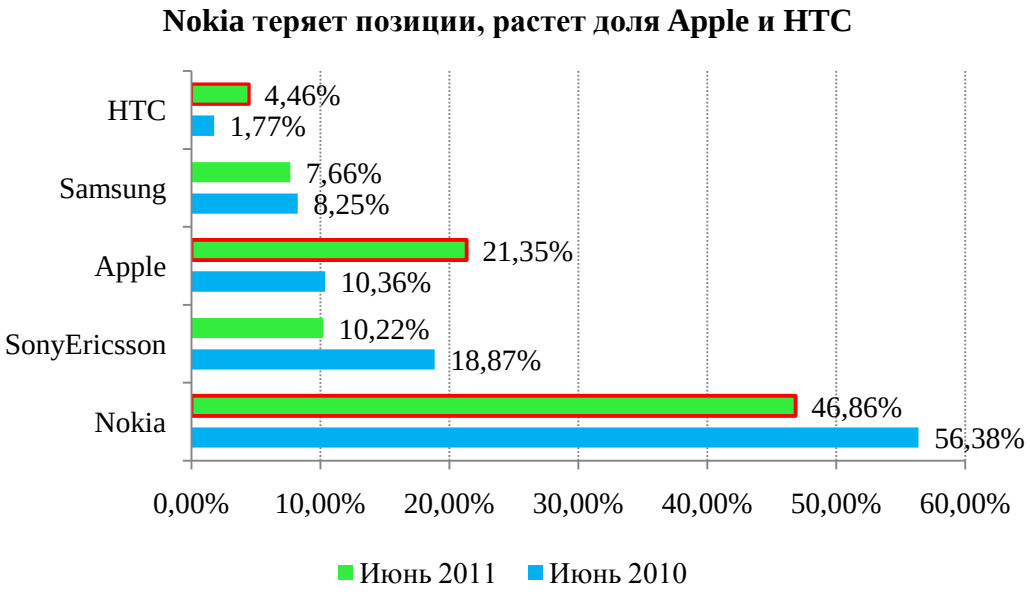


Диаграмма 5: *Изменение % мобильной аудитории с устройств различных производителей в составе всей мобильной аудитории (Июнь 2011 года vs. июнь 2010 года).*

Несмотря на то, что Nokia остаётся лидером, процент использования её мобильных устройств относительно всей мобильной аудитории за год сократился (-9,52%.) В сравнительной статистике июня 2011 года в составе всей мобильной аудитории относительно июня 2010 года сократился и процент пользователей устройствами фирмы SonyEricsson (-8,65%). Почти не изменился процент посетителей сайтов, выходящих в сеть через устройства фирмы Samsung (-0,59%), зато заметно выросла доля посетителей с устройствами фирмы Apple (+10,99%), HTC (+2,69%).
Сравним число посетителей, выходящих в Сеть через устройства данных производителей в июне 2011 года относительно июня 2010 года (насколько процентов изменилось среднесуточное число посетителей, использующих те или иные устройства?).

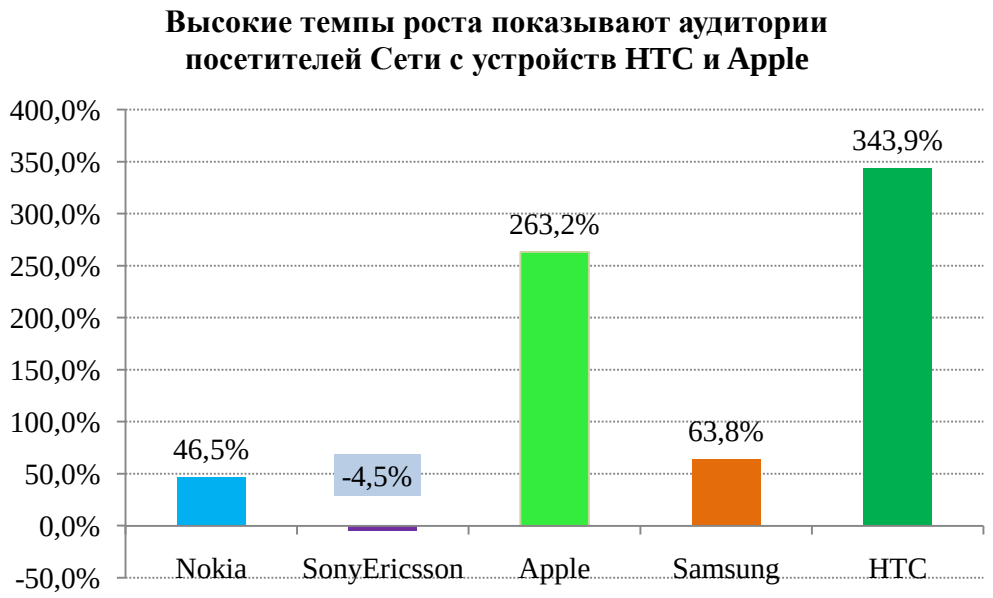
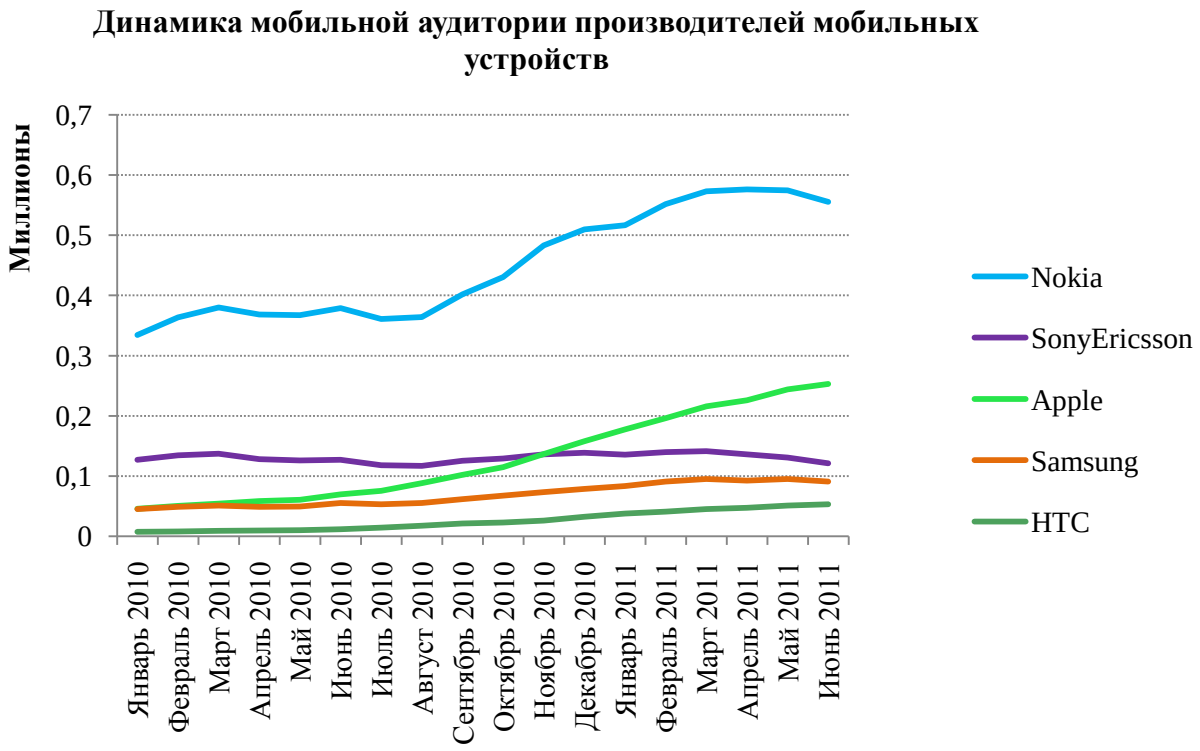


Диаграмма 7: *Изменение среднего суточного количества мобильных посетителей с устройств различных производителей (Июнь 2011 года относительно июня 2010 года).*

Отвлекаясь от абсолютных цифр, быстрее других увеличивается количество посетителей, выходящих в Сеть через устройства производства HTC, второе место за Apple, третье занимают посетители с устройств фирмы Samsung. Nokia же демонстрирует более скромные темпы роста «своей» мобильной аудитории относительно остальных популярных производителей мобильных устройств. Есть и явный аутсайдер: среднесуточная аудитория SonyEricsson в июне 2011 года на 4,5% меньше июня 2010.

Темпы роста активности пользователей, использующих для работы в Интернет устройства Nokia, заметно ниже конкурентов – HTC, Apple и Samsung, в результате наблюдаем падение процента мобильной аудитории Nokia относительно всей мобильной аудитории.

Посмотрим на динамику аудитории устройств каждого из производителей за период январь 2010-июнь 2011 года.



<u>График 6:</u>

Динамика мобильной аудитории по производителям устройств с января 2010 по июнь 2011 года (Посетители в среднем в день по месяцам)

Активность посетителей, использующих устройства фирмы Nokia в последние месяцы имеет небольшую тенденцию к уменьшению. Падение активности происходит также у мобильных пользователей устройствами SonyEricsson.

Использование мобильными посетителями устройств, произведённых в Apple, на протяжении всего периода измерений непрерывно увеличивается. Особенно заметен рост посетителей, выходящих в Сеть через данные устройства, начиная со второй половины 2010 года. Положительной динамикой отличаются также графики посещения Интернет через устройства от HTC.

Топ-5 моделей мобильных устройств в нашей статистике.

Набор моделей мобильных устройств, через которые возможен выход в Интернет, просто огромен. В этом обзоре мы решили ограничиться анализом тенденций в первой пятерке. Что происходило с ними в течение отчётного периода?
Модели-лидеры июня 2011 года:

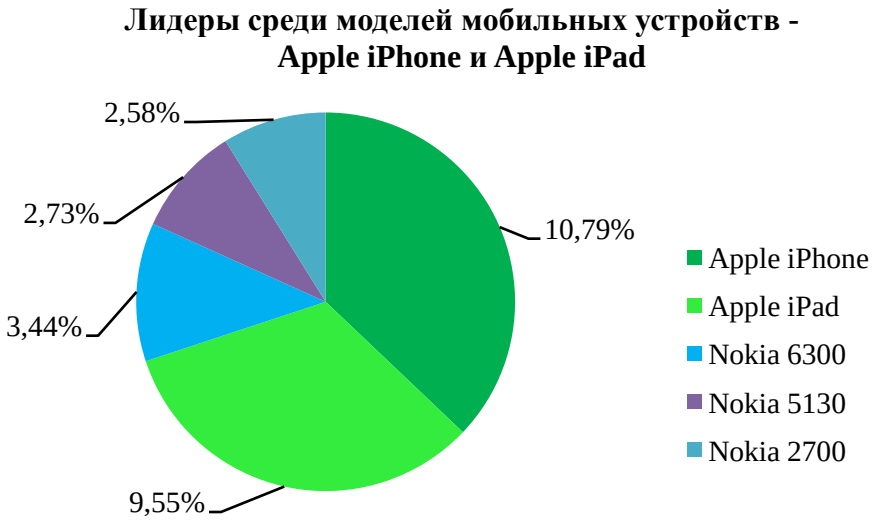


Диаграмма 8: *Процентное соотношение посетителей, использующих для выхода в Сеть данные модели мобильных устройств в июне 2011 года (относительно всей мобильной аудитории).*

С заметным отрывом от остальных лидируют мобильные аудитории Apple iPhone и Apple iPad. Три разноплановых модели Nokia дополняют пятёрку лидеров.

Что изменилось в этом распределении за год?

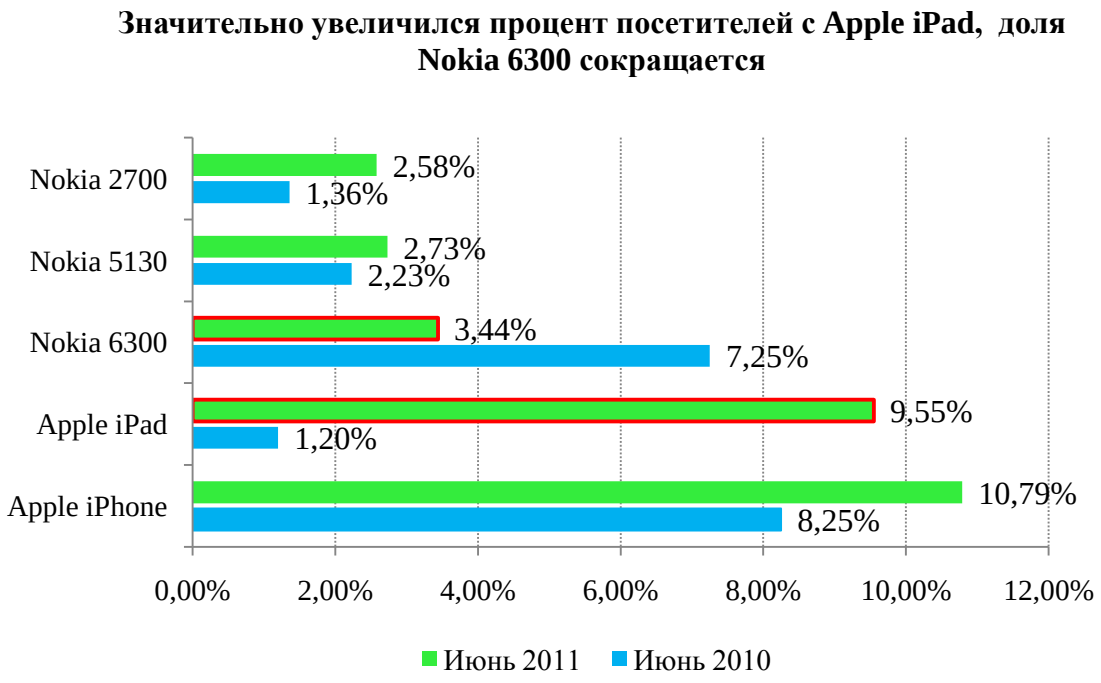


Диаграмма 9: *Процент посетителей, использующих данные устройства для выхода в Сеть относительно всей мобильной аудитории (Июнь 2010 года vs. Июнь 2011 года).*

Максимальные изменения произошли среди пользователей Apple iPad – процент мобильной аудитории с этого устройства в составе всей мобильной аудитории за год вырос на 8,35% , еще на 2,54% вырос процент аудитории, использующей для выхода в Интернет другое устройство фирмы Apple – iPhone.
Доля мобильных посетителей с Nokia 6300 в июне 2011 года в составе всей мобильной аудитории сократилась на 3,81%.

Если сравнить количество посетителей, выходящих в Сеть через устройства различных производителей в июне 2011 года относительно июня 2010 года, то мы увидим следующее:

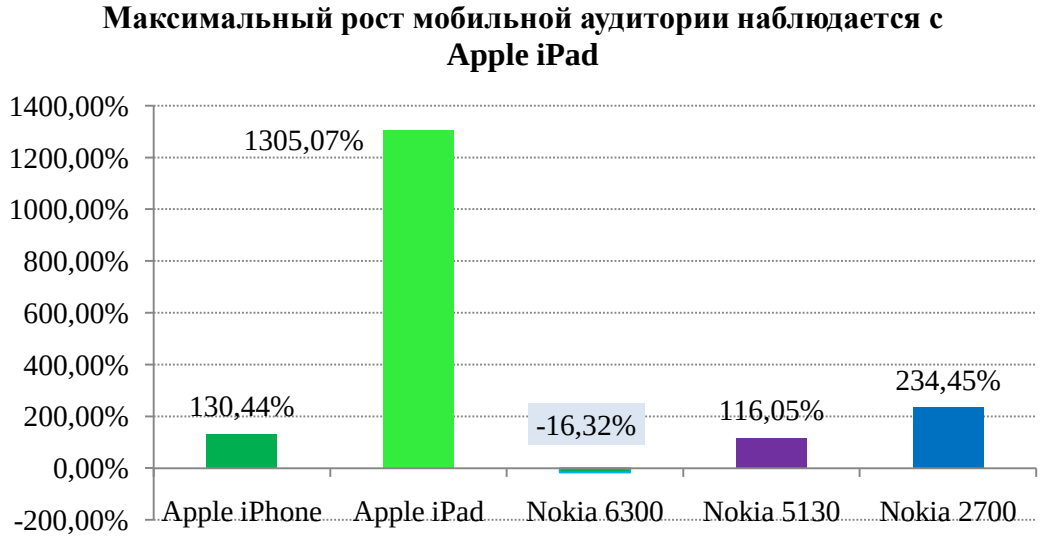
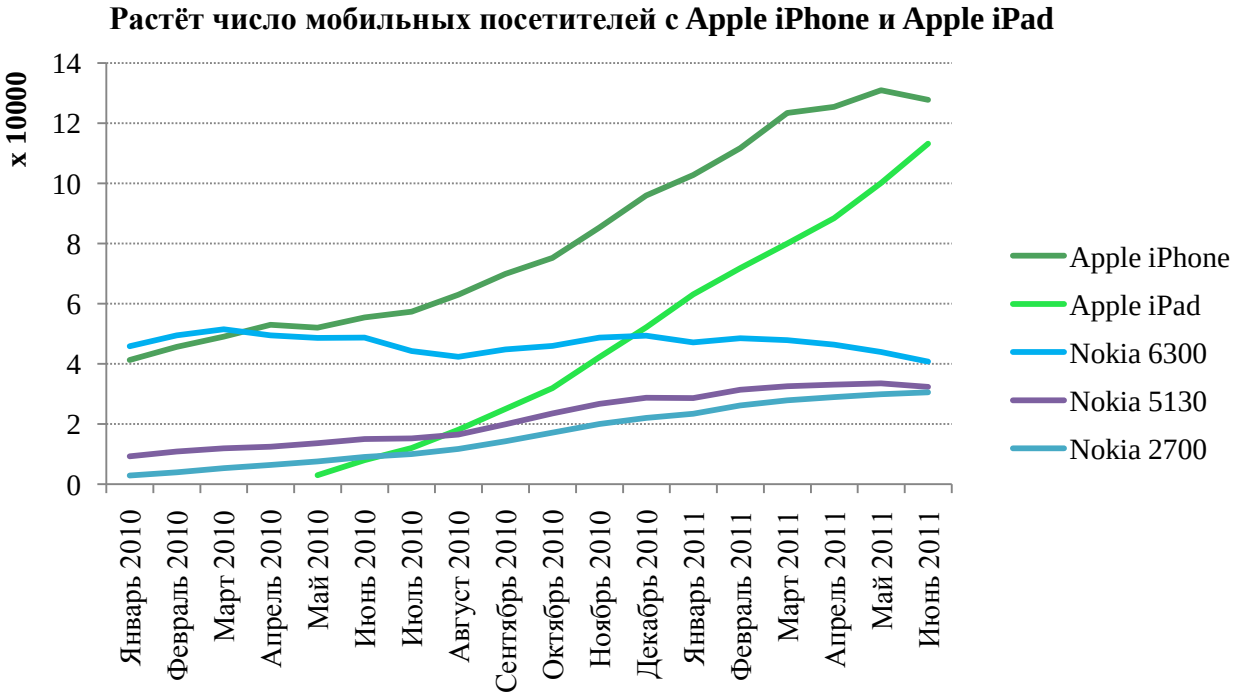


Диаграмма 10: *Прирост мобильной аудитории, выходящих в Интернет с устройств данных моделей (Июнь 2011 года относительно июня 2010 года - изменение среднего суточного количества посетителей в %).*

По абсолютному количеству посетителей максимальный прирост наблюдается у модели Apple iPad (+1 305,07%), на втором месте – Nokia 2700 (+234,45%). Apple iPhone, в процентном отношении, вывели в Сеть на 130,44% больше посетителей, чем было в прошлом году. Число посетителей, использующих для выхода в Интернет Nokia 6300, в процентном отношении на 16,32% сократилось.

Посмотрим на динамику мобильных посетителей, использовавших данные модели для выхода в Сеть в период с января 2010 по июнь 2011 года включительно.



<u>График 11</u>: *Мобильная аудитория топ-5 устройств июня 2011в динамике (январь 2010 - июнь 2011 года, посетители в среднем за сутки по месяцам)*

Лидер среди устройств производства фирмы Nokia – Nokia 6300 – в этом году показывает постепенную тенденцию к снижению активности использования этого устройства для выхода в Интернет. В марте Nokia 6300 сместилась на второе, а в декабре – на третье место по числу выведенных в Сеть посетителей.

iPhone от фирмы Apple и устройство совершенно нового типа – медиапланшет iPad того же производителя – показывают настолько заметный рост, что их появление в статистике похоже на стремительный взлёт двух самолётов. (Причём iPad продолжает подниматься все выше и выше). Можно утверждать, что **стремительный рост мобильной аудитории, использующей устройства фирмы Apple – это прежде всего рост числа пользователей устройством нового типа – планшетником Apple iPad**. Если вспомнить, что наши данные о мобильных посетителях строятся прежде всего на статистике посещения сайтов реальных компаний, такая тенденция вполне объяснима. Просмотр страниц, поиск информации на сайте и в Сети в большинстве случаев удобнее, эффективнее и быстрее осуществляется с мобильных устройств данного типа.

При выборе модели для мобильного доступа в Интернет в числе прочих обязательно учитываются характеристики операционной системы, под управлением которой оно работает, а для загрузки и просмотра страниц пользователи выбирают наиболее удобные и быстрые браузеры. Посмотрим на результаты их выбора.

Мобильные браузеры.

Какими браузерами пользуется большинство мобильных посетителей? Что популярно, как менялись позиции в этой области?

Диаграмма 12: *Процентное соотношение посетителей, использующих данные типы браузеров для работы в Сети в июне 2011 года.*

Самым популярным браузером с большим отрывом от остальных, является мобильный браузер Opera Mini. Это бесплатный браузер, который подходит для установки на большинстве мобильных устройств. Основное его достоинство состоит в том, что большая часть работы по подготовке запрошенной пользователем странички к показу на небольшом экране мобильного телефона происходит на удалённом сервере. Это, в частности, важно для бюджетных моделей телефонов с небольшой памятью и маленьким экраном.

Традиционно сравним процентное соотношение мобильных посетителей, работающих в этих браузерах в июне 2010 года и через год – в июне 2011.

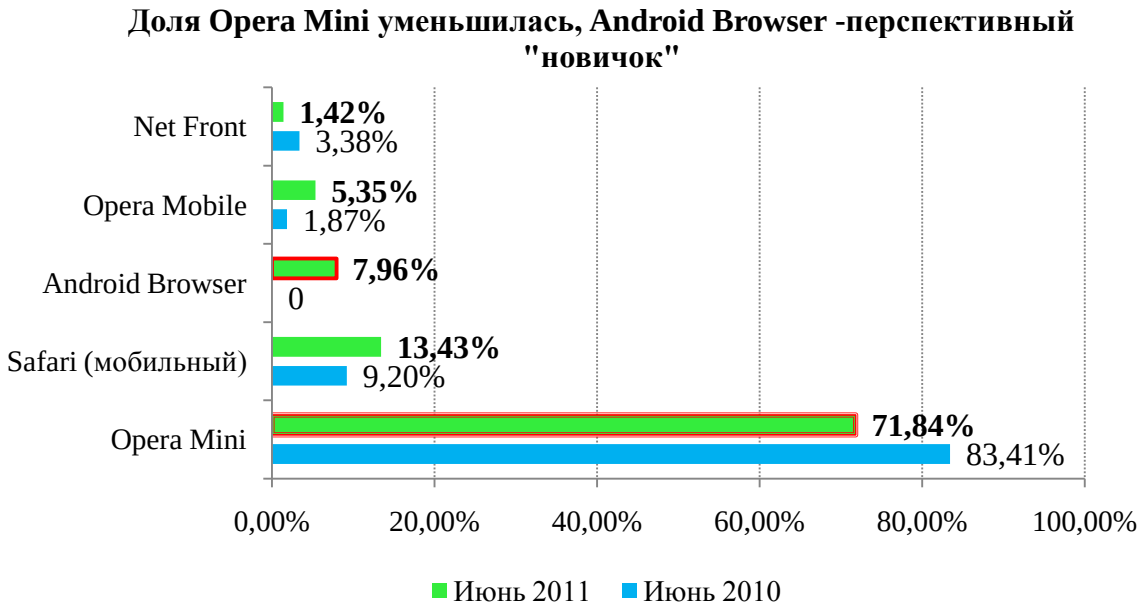


Диаграмма 13: *Процент мобильных посетителей, работающих в Сети в браузерах данных типов, относительно всей мобильной аудитории (Июнь 2010 года vs. Июнь 2011 года).*

Процент посетителей, работающих в Opera Mini в июне 2011 года (относительно всей мобильной аудитории) за год сократился на 11,57%. Вероятно, падение процента мобильной аудитории использующей этот браузер, является отражением актуальных тенденций. Мобильные пользователи переходят на более современные модели мобильных устройств, которые в меньшей степени нуждаются в сервисе по удаленной обработке страниц и успешно работают в других браузерах. Android Browser, появившийся в нашей статистике сравнительно недавно, в июне 2011 года используют уже 7,96 % всех мобильных посетителей.

Посмотрим на разницу в абсолютных цифрах. Насколько процентов изменилось среднесуточное количество посетителей, работающих в этих браузерах в июне 2011 года относительно июня 2010?

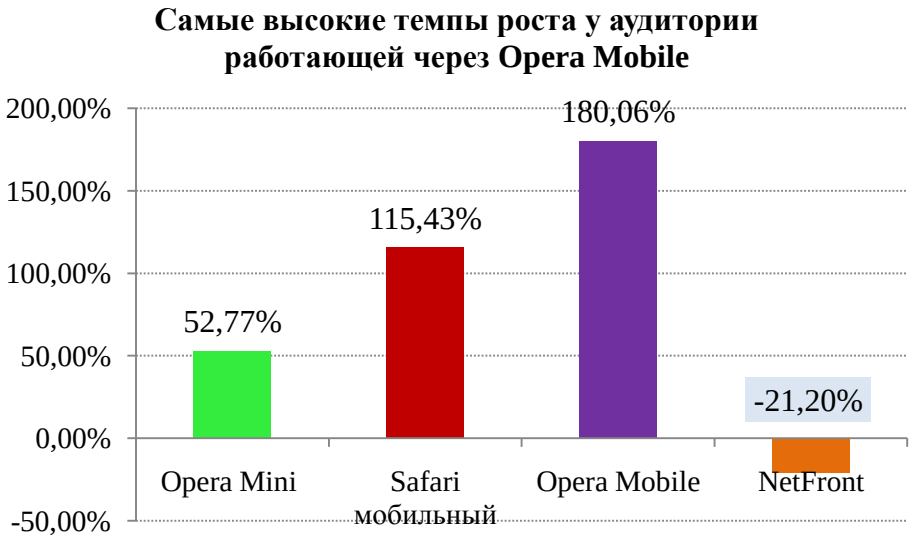


Диаграмма 14: *Прирост мобильной аудитории использующей данные типы браузеров (Июнь 2011 года относительно июня 2010 года - изменение среднего суточного количества посетителей в %).*

Мобильных посетителей, использующих мобильный браузер Opera Mobile, в июне 2011 года стало больше на 180,06 %. Opera Mini использовалась на 52,77 % большим числом посетителей, в то время как количество пользователей мобильной версии Safari выросло за год на 115,43%. Браузер NetFront использовало на 21,20% меньше мобильных посетителей. Android Browser в июне 2010 года в нашей статистике отсутствует, поэтому в сравнении не участвует.

Операционные системы.

Операционные системы: какие установлены на большинстве мобильных устройств? Что менялось в этой области с января 2010 года по июнь 2011 года включительно?

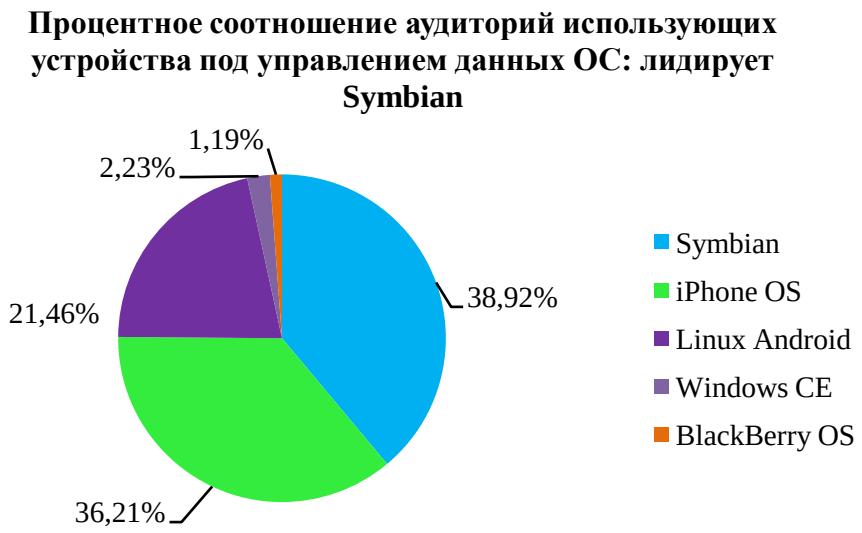


Диаграмма 16: *Процентное соотношение посетителей, использующих мобильные устройства на данных платформах. Июнь 2011 года.*

Лидирует ОС Symbian, второе место за iPhone OS, третью позицию занимает Linux Android.

Вернемся на год назад: что изменилось?

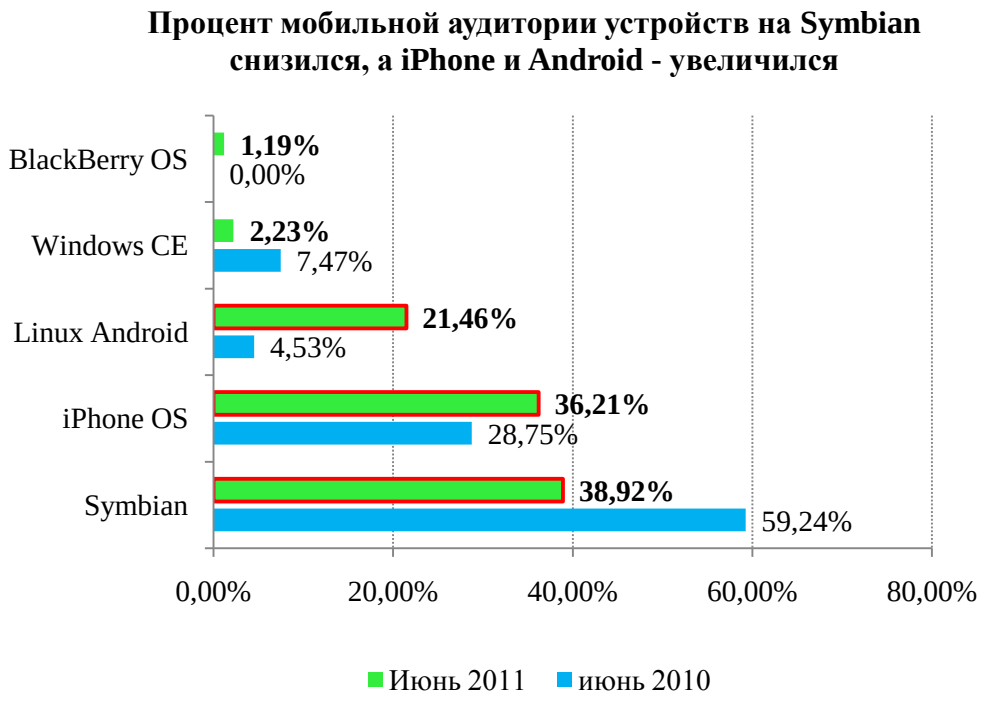


Диаграмма 17: *Процент мобильных посетителей, заходивших в Сеть с устройств на данных платформах, относительно всей мобильной аудитории (Июнь 2010 года vs. Июнь 2011 года).*

Процент мобильной аудитории, использующей устройства на платформе Symbian, сократился на 20,32%, что вполне объяснимо некоторым снижением активности посетителей с устройств от фирмы Nokia. Операционная система Symbian широко применяется для данных моделей. Вслед за ростом мобильной аудитории с Apple iPhone и iPad закономерно растет процент мобильных посетителей, использующих устройства на iPhone OS (+7,46%).
Устройства на платформе Android увеличили своё присутствие за год на 16,93%. Доля Windows CE (преимущественно, Windows Mobile) также уменьшилась.

Посмотрим на разницу в абсолютных цифрах. Насколько процентов изменилось среднесуточное количество посетителей, выходящих в Сеть с устройств на данных платформах за год?

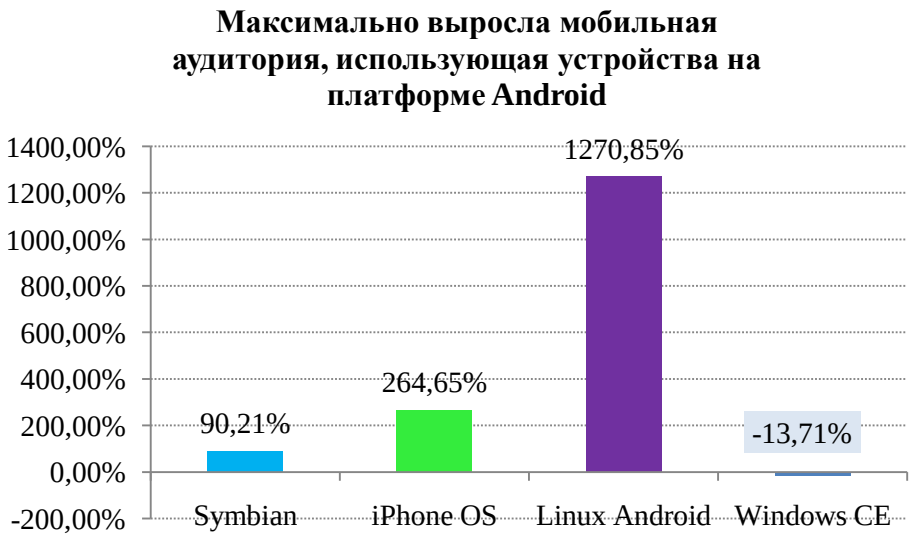
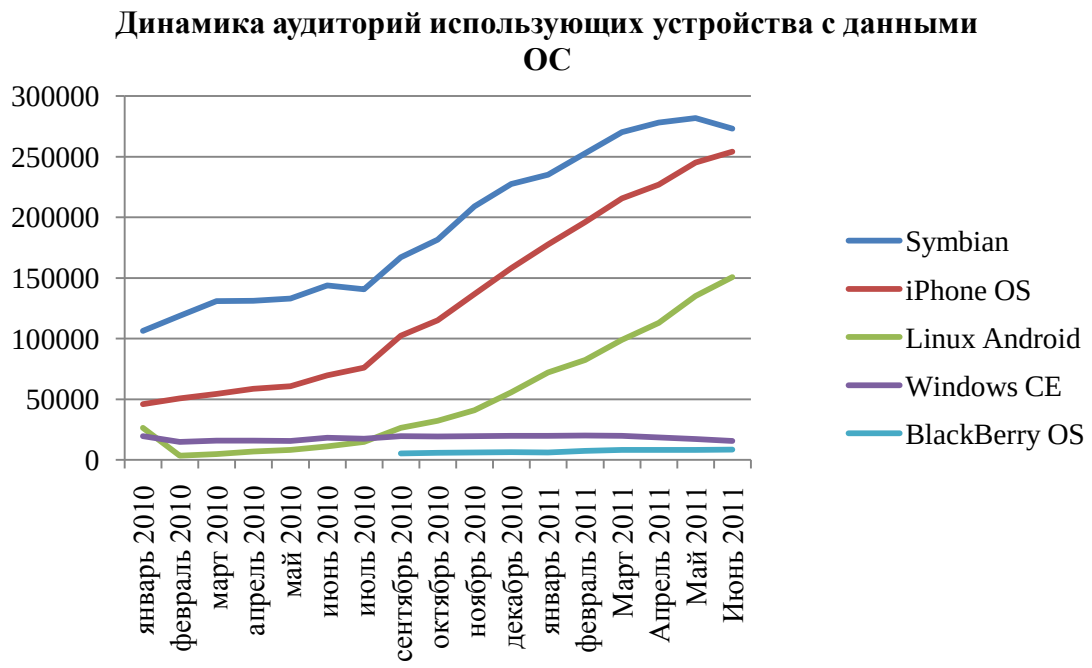


Диаграмма 18: *Прирост мобильной аудитории использующей устройства для выхода и работы в Сети на данных платформах. (Июнь 2011 года относительно июня 2010 года - изменение среднего суточного количества посетителей в %).*

Максимальный прирост показывает операционная система Linux Android (+1270,85%). На втором месте iPhone OS (+ 264,65%). Лидер по числу посетителей, мобильная аудитория с устройствами на Symbian уступает в скорости прироста новых посещений - +90,21% в сравнении с июнем 2010 года.



<u>График 19:</u> *Динамика мобильной аудитории, выходящей в Сеть с устройств под управлением данных ОС, с января 2010 по июнь 2011 года (Посетители в среднем в день по месяцам).*

Мобильная аудитория, использующая для выхода и работы в Сети устройства под управлением ОС Symbian, демонстрирует небольшое падение активности в конце рассматриваемого периода. Активно увеличивается число посетителей с устройствами на iPhone OS (очевидно такой подъем – это прежде всего рост популярности Apple iPad), отстаёт по числу пользователей, но демонстрирует такое же непрерывное движение вверх аудитория, использующая устройства на Linux Android.

Подведём итоги:

- Мобильная аудитория растёт, количество мобильных посетителей увеличивается от месяца к месяцу, и особенно активно эта тенденция прослеживается, начиная со второго полугодия 2010 года. Процент мобильной аудитории относительно всей аудитории Интернет сравнительно невелик - 5,1% на июнь 2011 года. Цифра кажется небольшой, однако, с учетом специфики наших данных (мобильные пользователи посещали сайты реальных компаний, а не социальные сети и почтовые сервисы) – это немало.
- Мобильная аудитория растёт быстрее и стабильнее всей аудитории Интернет, не уменьшается в период праздников и отпусков.
- Доступ в Сеть большинству мобильных посетителей обеспечивают устройства фирмы Nokia, однако процент пользователей Nokia в Сети относительно пользователей устройств других производителей за год сократился. Это касается и наиболее

популярной модели –Nokia 6300. Количество мобильных посетителей в июне 2011 года относительно июня 2010 года выведенных в Сеть этим устройством сократилось на 16,32%.

- Среди наших мобильных посетителей много тех, кто использует дорогие, современные многофункциональные мобильные устройства (iPhone, медиапланшеты, смартфоны и коммуникаторы). Полноценная работа с контентом реальных сайтов просто невозможна на морально устаревших моделях. iPhone и iPad производства фирмы Apple суммарно в июне 2011 года использовались в 20,34% случаев.
- Стремительный рост мобильной аудитории, использующей устройства фирмы Apple – это прежде всего рост числа пользователей устройством нового типа – планшетником Apple iPad .
- Если говорить о мобильных браузерах, наиболее часто используется Opera Mini, однако растёт давление со стороны конкурентов. За 2010 год процент использования этого браузера среди прочих снизился на 11,57%.
- Среди операционных систем, под управлением которых работают мобильные устройства, лидирующие позиции занимает Symbian OS, однако процент использования устройств на этой платформе относительно других платформ в течение года сократился на 20,3%. Второе место занимает iPhone OS, демонстрирующая устойчивый рост. Высокие темпы роста и непрерывную тенденцию к увеличению «своей» аудитории демонстрируют устройства под управлением Linux Android (доля этой ОС среди прочих за год увеличилась на 16,93%).

В дальнейшем мы продолжим держать вас в курсе событий в этом быстро растущем сегменте аудитории Интернет. В этом году ожидается большое количество новинок как на рынке технических устройств, способных обеспечивать доступ и комфортную работу в Сети, так и в области программного обеспечения этой работы. Как в связи с этим изменится динамика мобильной аудитории в течение года? Кто будет лидировать на рынке мобильных устройств, и какие устройства будут популярны? Пользователи готовятся сделать свой выбор, а о его результатах с точки зрения использования мобильного доступа и работы в Интернет расскажем вам мы.

Продолжение следует!