

Что делает аудитория 55+ в Интернете?

Начиная со 2-й волны 2016 года в выборку исследования **OnLife** добавлена возрастная группа 55+. Ранее выборка OnLife была ограничена возрастом 54 года, однако по мере того, как с каждым годом возрастная аудитория все больше пользуется Интернетом, было решено во 2-ой волне 2016 года расширить выборку OnLife.

Исследование **OnLife** дает представление о поведении активных пользователей в Интернете, о том, какими устройствами они пользуются для выхода в сеть, что и как покупают через Интернет, какими онлайн-услугами пользуются. К активной относится недельная аудитория Интернета, пользующаяся 3-мя и более типами интернет-сервисов.

Данные первого замера, полученные в конце 2016 года, отражают специфику активных онлайн-пользователей старшего возраста.

- Так, основным устройством для доступа в Интернет в группе 55+ по-прежнему является стационарный компьютер (78%). Вход через мобильные устройства для них не типичен. Через мобильные телефоны в Интернет выходит 62% аудитории 55+, в то время как в возрастной группе 16-54 - 92% опрошенных.
- Группа 55+ пользуется Интернетом не очень интенсивно — в среднем 4 часа в будни и 4,3 часа в выходные. Для сравнения — молодежь 16-24 лет проводит в Интернете в будни 5,21 часа, в выходные — 5,9 часа.

- В то время как более молодые пользователи теряют интерес к серьезной информации, для группы 55+ темы, связанные с политикой, обществом и международными отношениями входят в ТОП-3 информационных предпочтений онлайн.
- В группе 55+ социальные сети используют 85% опрошенных в сравнении с 95% пользователей соцсетей в группе 16-54. Тройку лидеров составляют Odnoklassniki, ВКонтакте и Facebook.

Однако возрастные интернет-пользователи почти так же активны в пользовании банковскими услугами онлайн, как и группа 16-54. Для них более характерно сберегательное поведение: они имеют депозиты и текущие счета в банках. Несмотря на то, что использование мобильного банка не характерно для группы 55+, эта группа вовлечена в интернет-банкинг так же активно, как и более молодая аудитория.

Об исследовании

OnLife — регулярное исследование интернет-поведения активной онлайн-аудитории 16+ лет, пользующейся 3-мя и более видами интернет-сервисов. Опрос проводится дважды в год в городах с населением 100 тыс.+ Исследование OnLife содержит данные о стиле жизни и портрете активной интернет-аудитории в России. Дает возможность анализировать пользование интернет-сервисами, устройства выхода в Интернет, покупки онлайн и финансовое поведение активной интернет-аудитории >>>



ТОП-5 интересующих тем в Интернете для 55+

55%

66%

Погода

33%

44%

События/ происшествия

20%

43%

Политика / Общ-во /
Международные отношения

28%

40%

Региональные / местные новости

24%

39%

Здоровье /
Медицина



16-54 лет



55+ лет

Источник: Ipsos Comcon. OnLife 2016-2. База: 16+

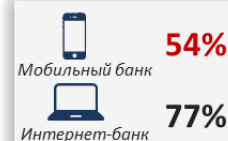
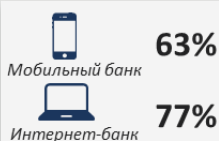
Пользуются банковскими продуктами в настоящее время



16-54 лет



55+ лет



Источник: Ipsos Comcon. OnLife 2016-2. База: 16+

Контакт:

Мила Новиченкова • +7 (916) 530 36 75 • mila.novichenkova@ipsos.com

Ipsos Comcon • (495) 502 9898 • www.ipsos-comcon.ru