



ПОРТРЕТ АУДИТОРИИ
РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО
ПОРТАЛА GAMEXP
(МАРТ 2012)

Оглавление

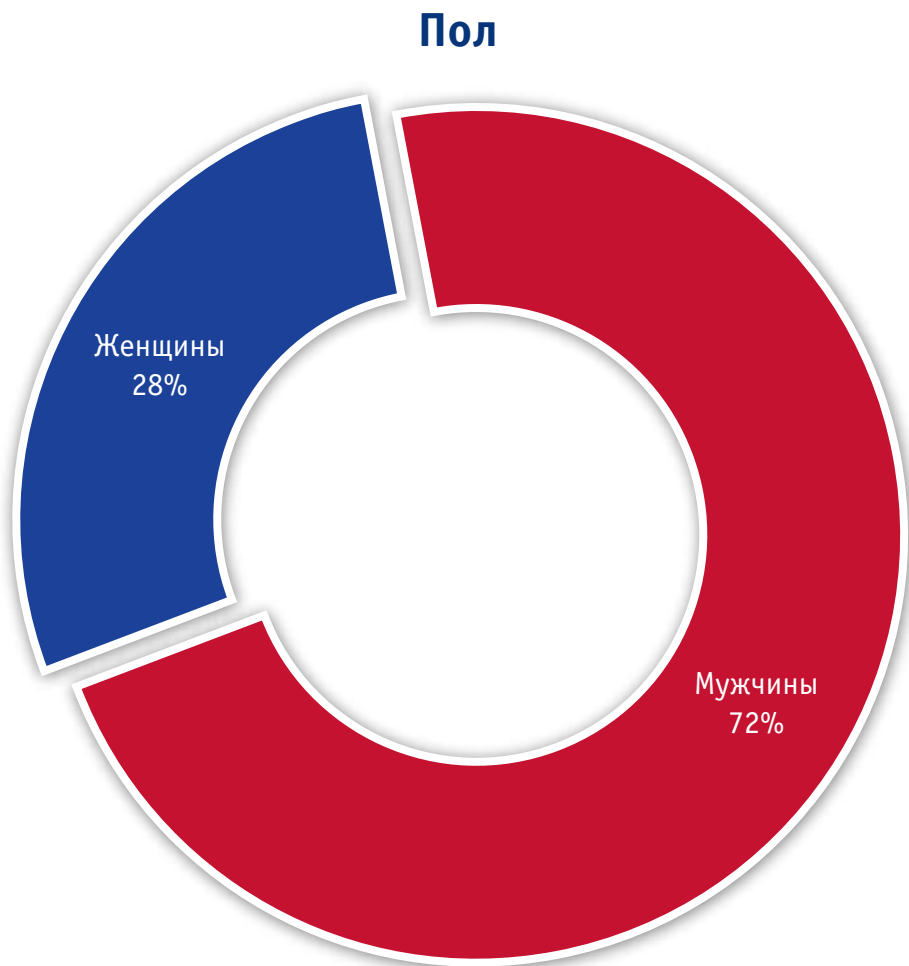
Оглавление.....	02
Об исследовании.....	03
Пол.....	04
Возраст.....	05
Род занятий.....	06
Свободное время.....	07
Стаж в онлайн играх.....	08
Использование компьютера.....	09
Траты в играх.....	10
Любимые жанры.....	11
Знание английского языка.....	12
Время в игре.....	13
Контакты.....	14

Об исследовании

Аудитория GameXP — развлекательного портала, объединяющего пользователей игр компании NIKITA ONLINE, — превышает 7 000 000 человек. Мы изучаем их демографию и потребительские предпочтения, чтобы иметь возможность формировать максимально сбалансированный продуктовый портфель и проводить эффективные маркетинговые кампании. Последнее на сегодняшний день исследование, осуществленное методом электронного анкетирования, состоялось в марте 2012 года. В процессе исследования была обработана 3141 анкета. Мы формировали выборку таким образом, чтобы она отражала реальную популярность каждого из 15 проектов NIKITA ONLINE, а следовательно была максимально репрезентативна. Полностью на все вопросы анкеты ответили 4,3% от числа людей ее получивших.

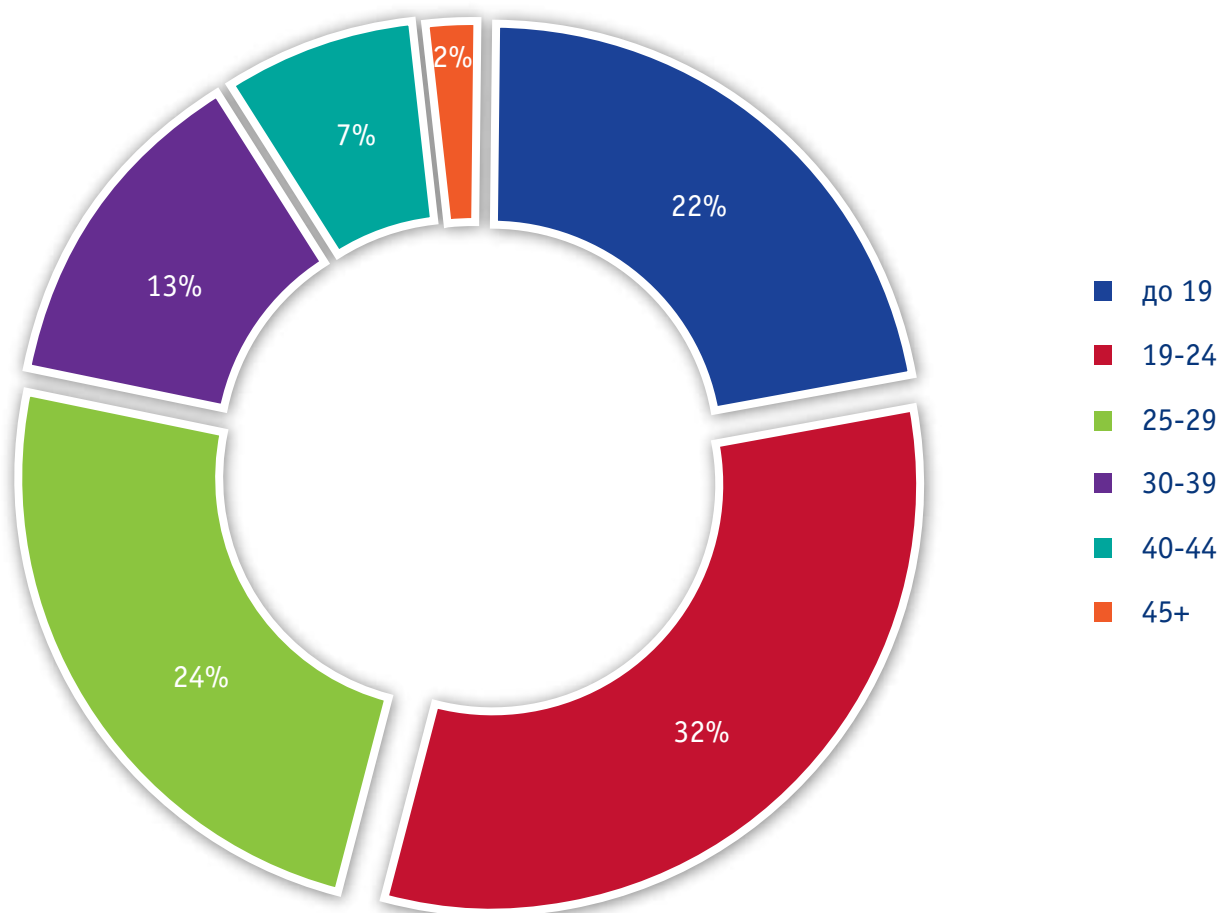
Результаты исследования в значительной степени совпадают с данными, которые мы видим при анализе профилей пользователей GameXP, — например, в вопросах гендерного деления, возраста, игрового стажа. Расхождения составляют не более 2,5%. Это дает основания присваивать собранной статистике высокий уровень достоверности.

Социально-демографические данные



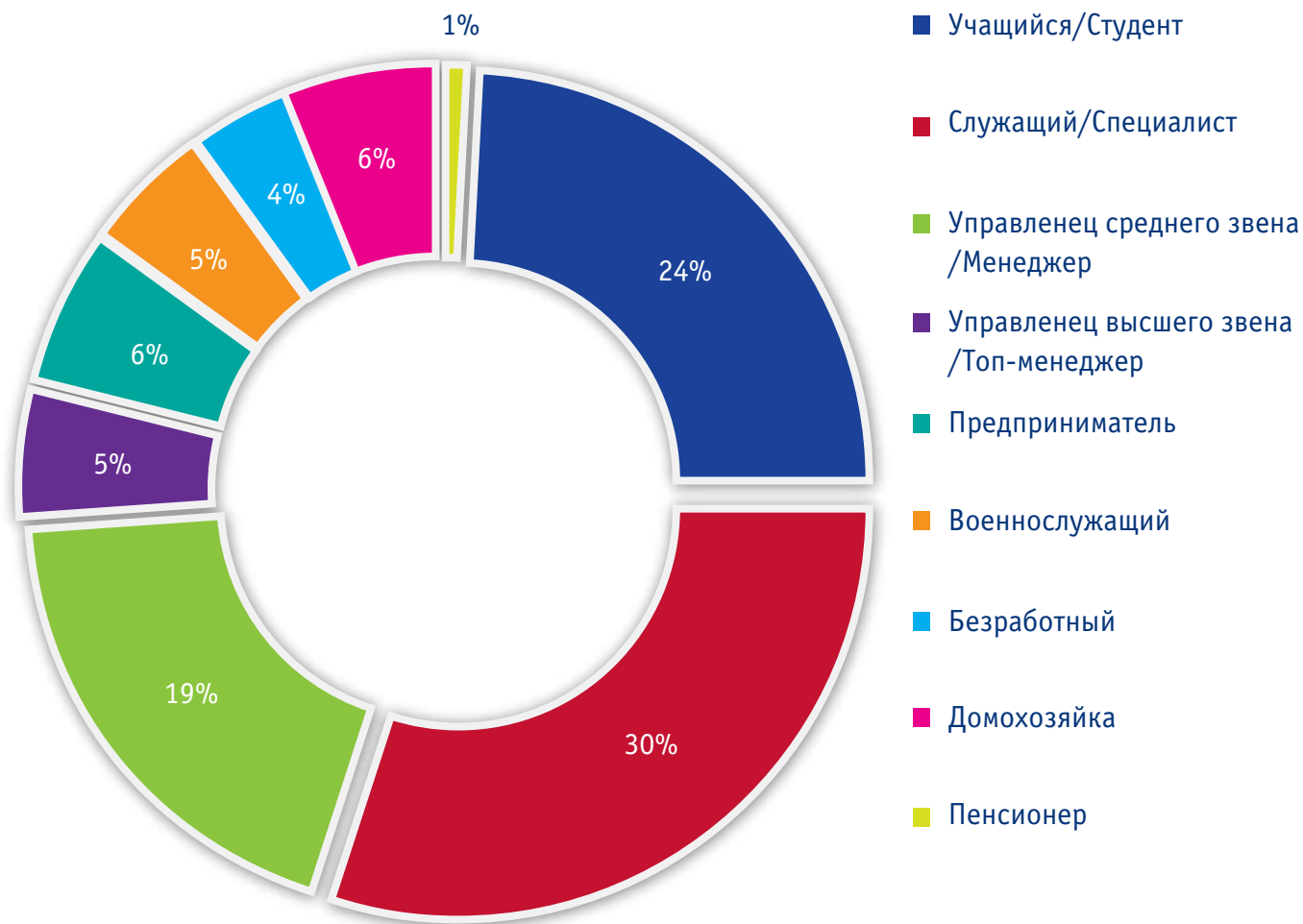
Основную массу пользователей по-прежнему составляют мужчины. Доля женщин по сравнению с 2011 годом увеличилась незначительно — на 2%.

Возраст



Больше половины респондентов относятся к возрастной группе от 19 до 29 лет (56%), традиционно преобладающей среди наших пользователей. За последний год существенный прирост демонстрирует возрастная группа от 30 до 39 лет: с 8% в прошлом году до 13% в текущем.

Род занятий

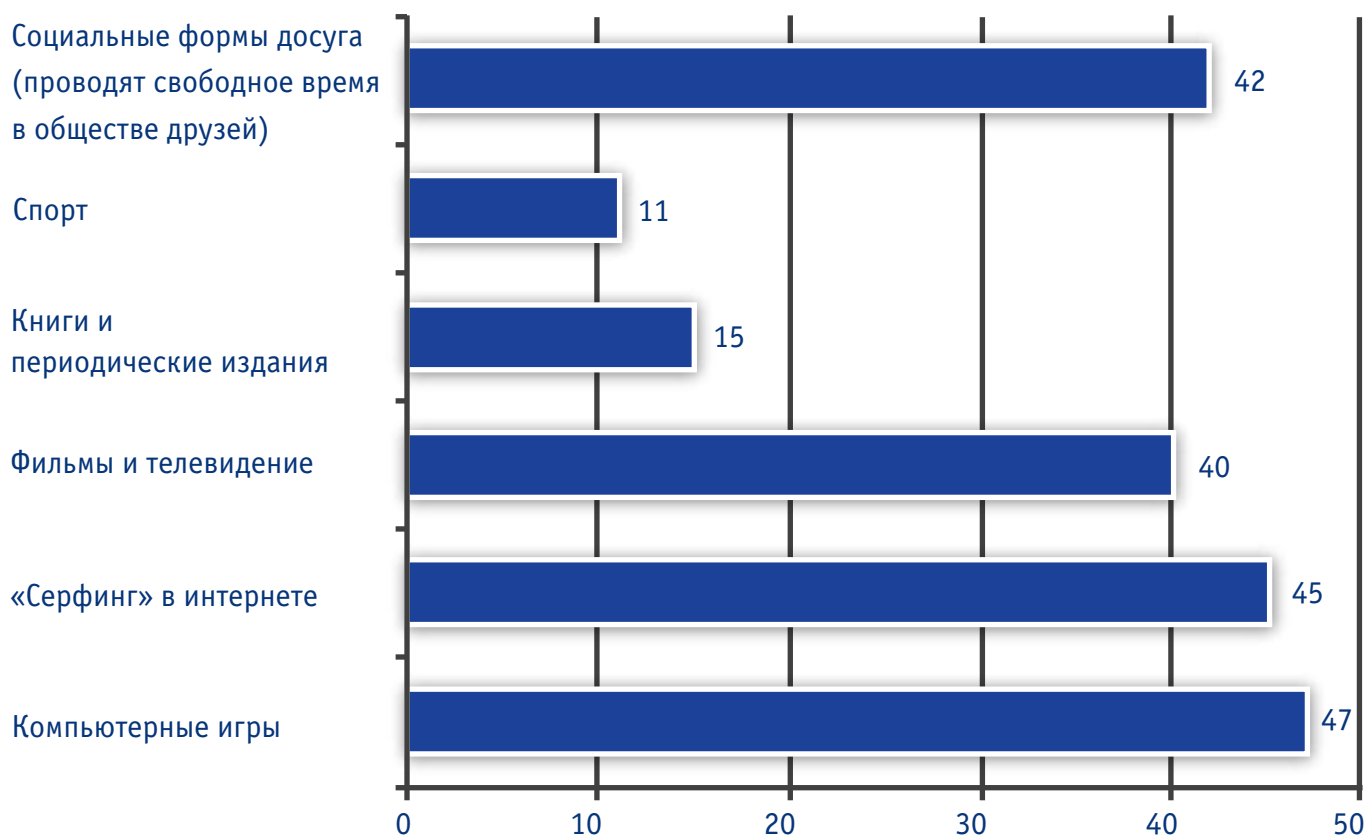


В этом году окончательно оформилась тенденция преобладания категории «Служащий/Специалист»: в 2011 году она уступала 2% категории «Учащийся/Студент». Прирост доли платежеспособной аудитории естественным образом коррелирует с ростом показателей ARPU и ARPPU, наблюдающимся во всех проектах NIKITA ONLINE.

Потребительское поведение

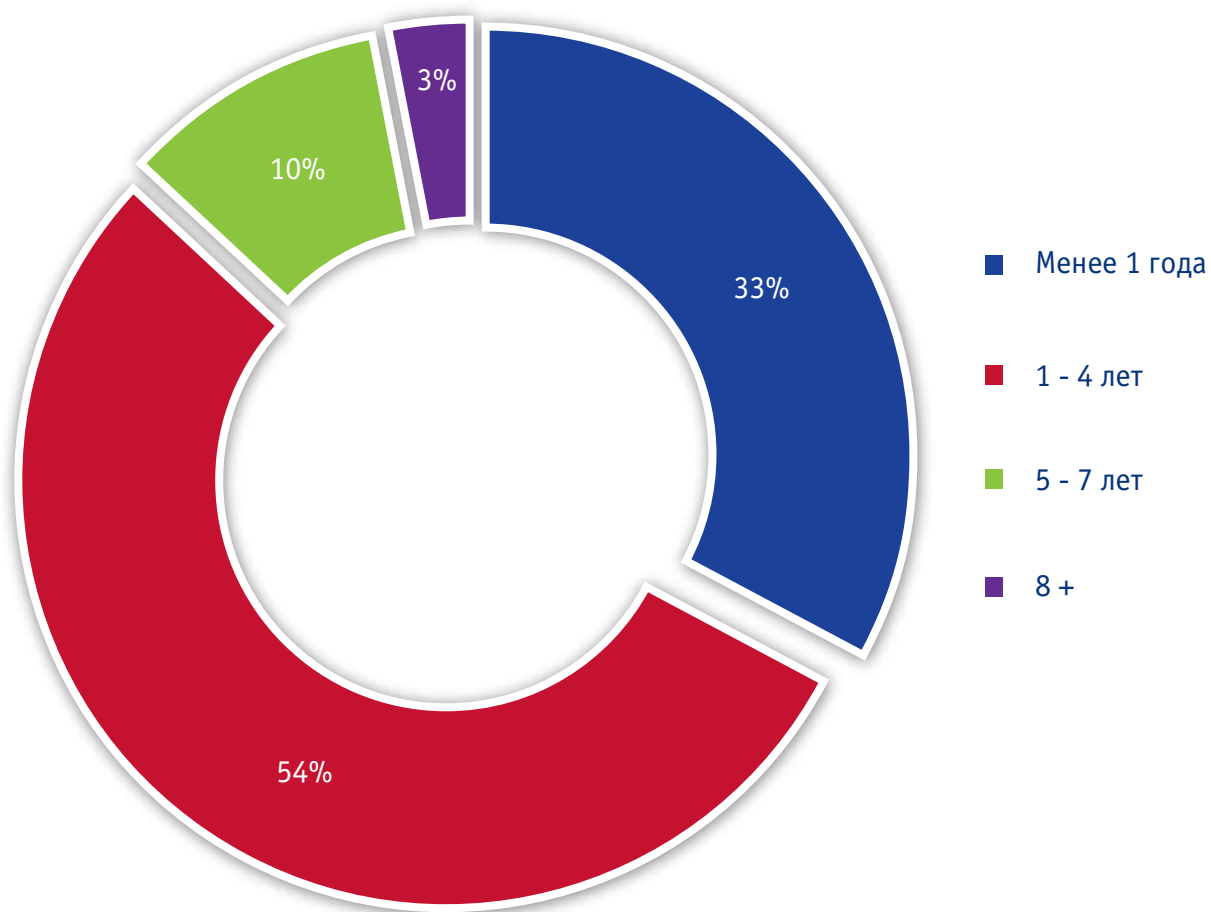
Предпочитаемый способ проведения свободного времени

(можно выбрать несколько вариантов)



Главными способами проводить свободное время являются игры, «серфинг» в Интернете и в широком смысле общение (47%, 45% и 42% соответственно). Это подтверждает мнение, что пользователи онлайн-игр высоко ценят социальные связи, а игровая активность может быть одним из проявлений активности социальной.

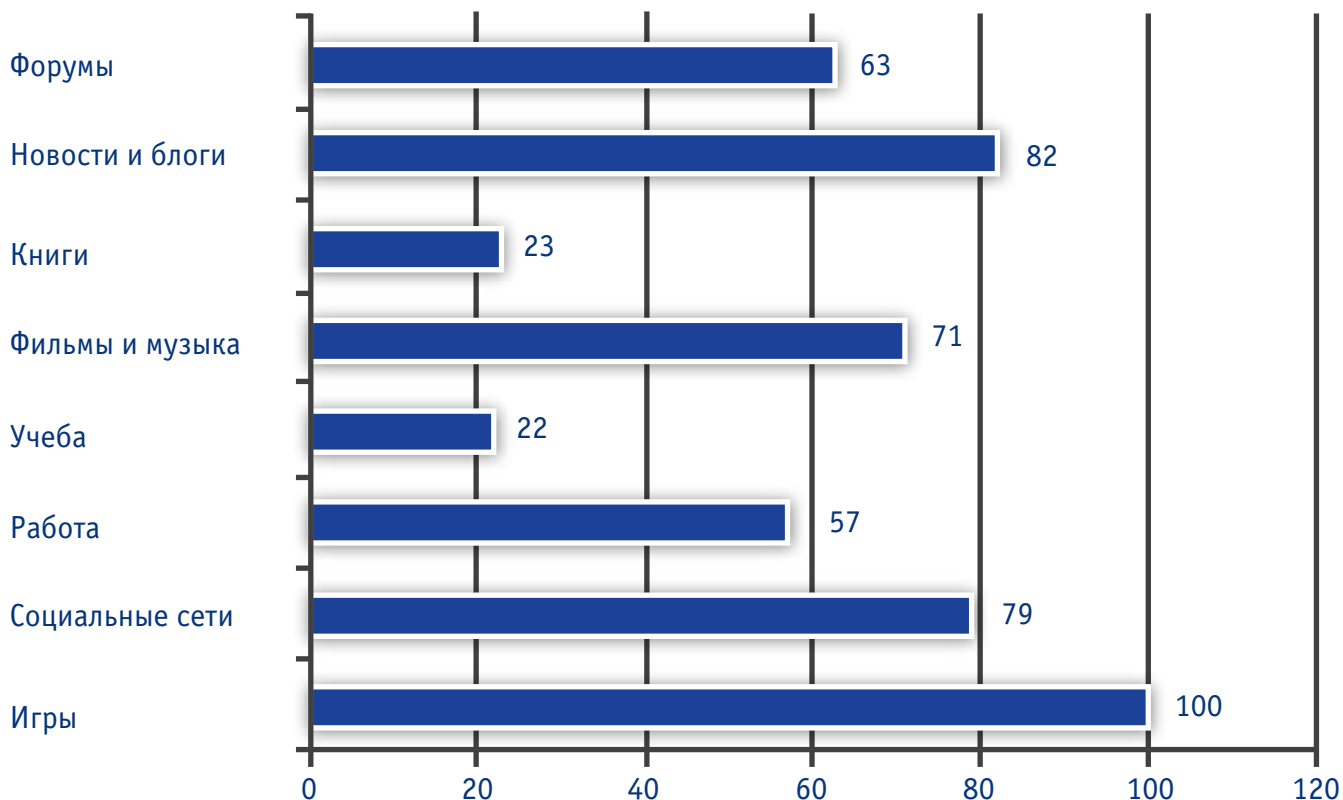
Стаж в онлайн-играх



Группа «новичков» со игровым стажем до 4 лет является абсолютно преобладающей: 87%. Это непосредственно отражает высокие темпы роста, которые продолжает демонстрировать рынок онлайн-игр.

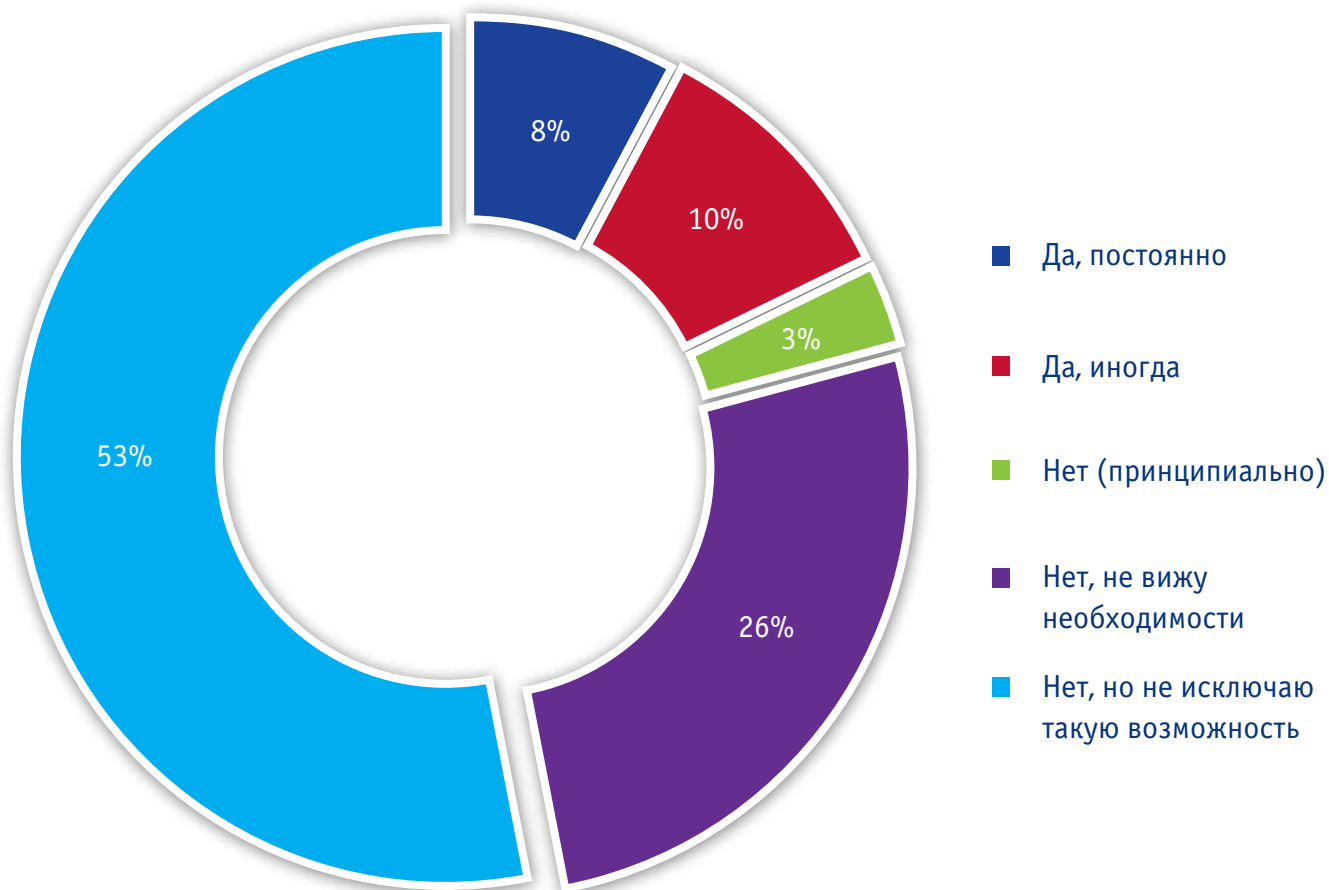
С какой целью вы чаще всего пользуетесь компьютером?

(можно выбрать несколько вариантов)



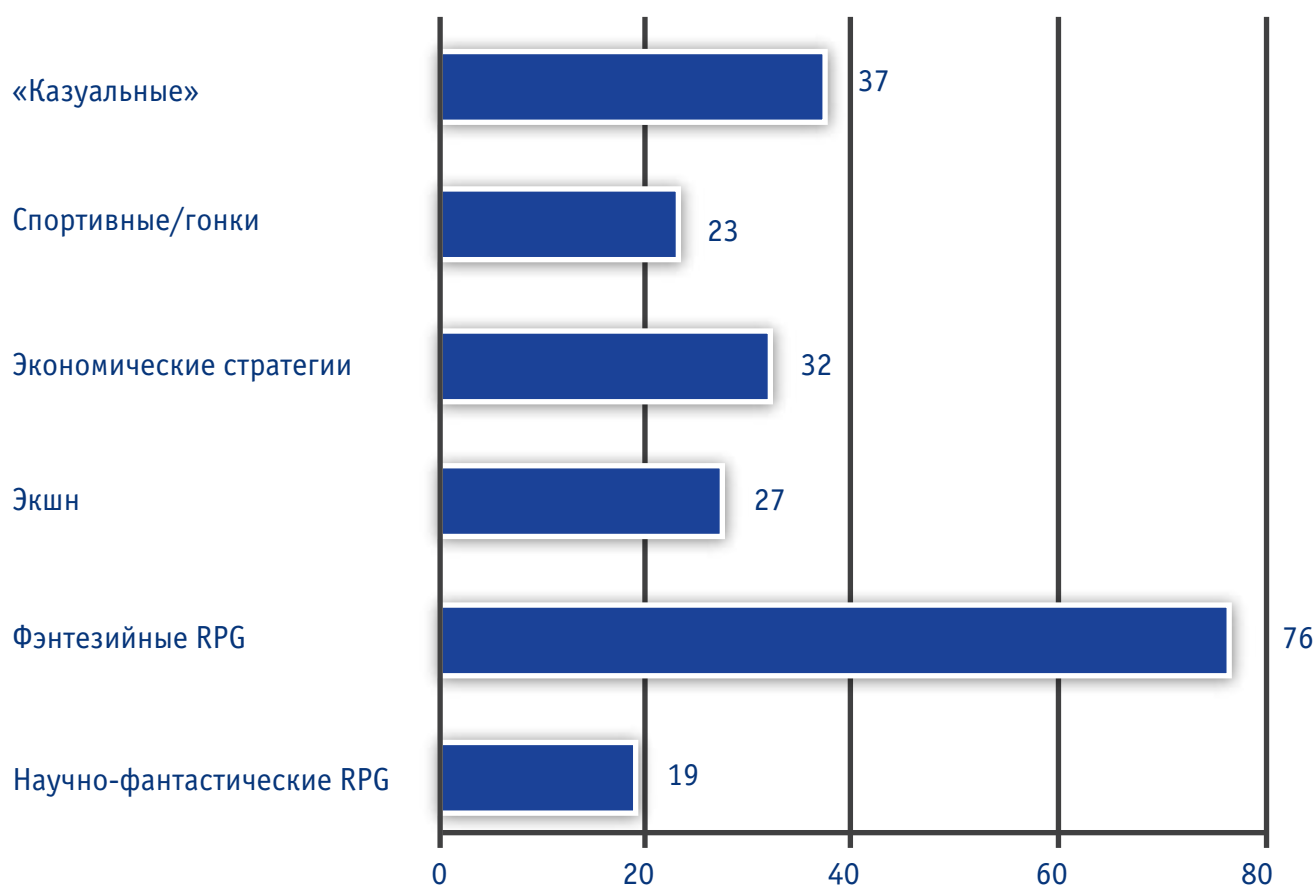
Наибольшей популярностью среди респондентов пользуется жанр фэнтезийных RPG — таков общемировой тренд, и наши игроки его подтверждают (76%). Отдельного упоминания заслуживают экономические стратегии, которые становятся все более популярными (+ 5% по сравнению с прошлым годом).

Платили ли вы когда-нибудь для получения бонусов в бесплатной игре?



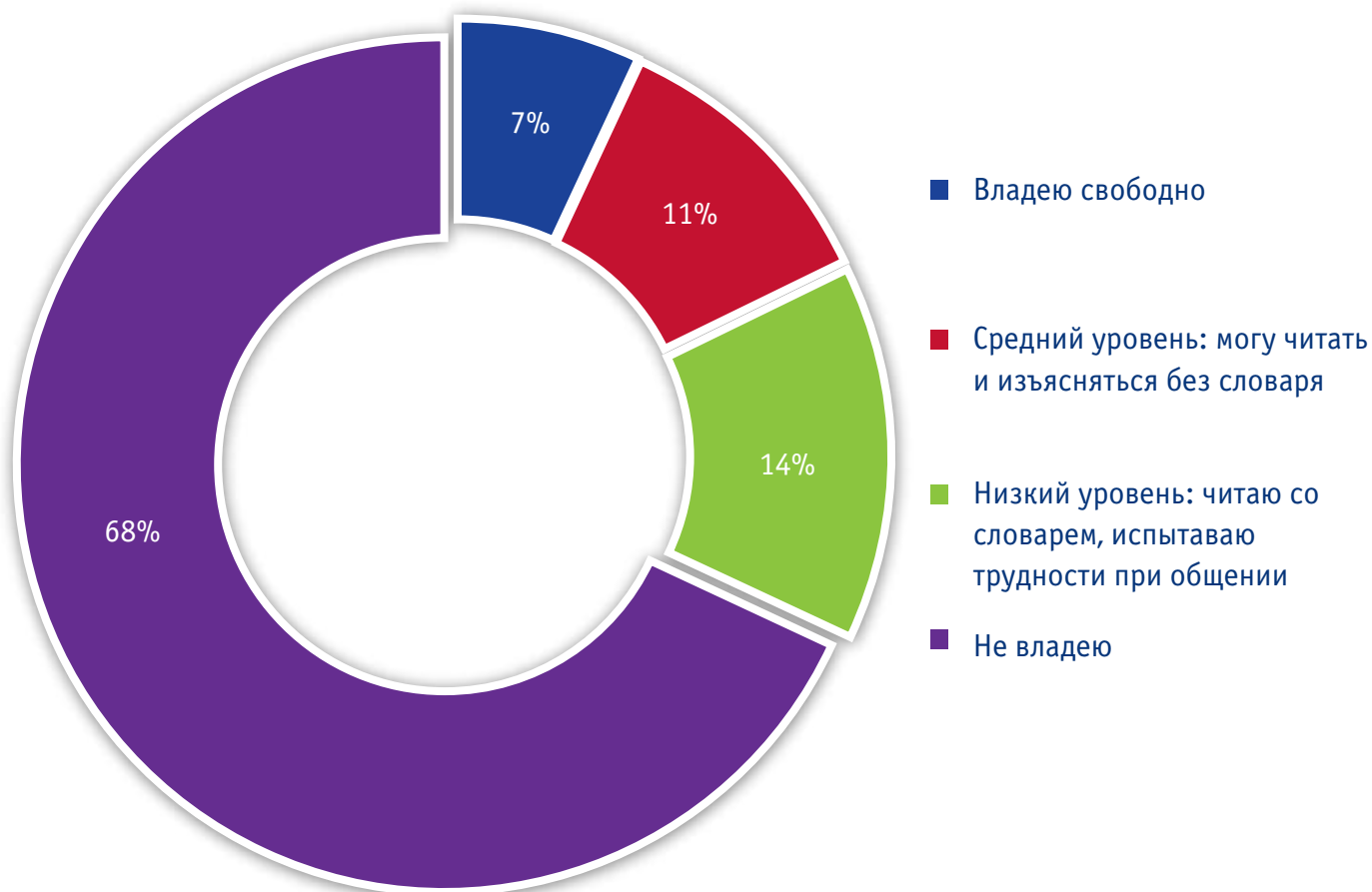
Утвердительный ответ дали 18% пользователей. Судя по тому, что 53% опрошенных не исключают для себя возможность оплаты бонусов в условно-бесплатных играх, экономический потенциал F2P-модели еще далек от полной реализации.

Онлайн-игры какого жанра вы предпочитаете? (можно выбрать несколько вариантов)



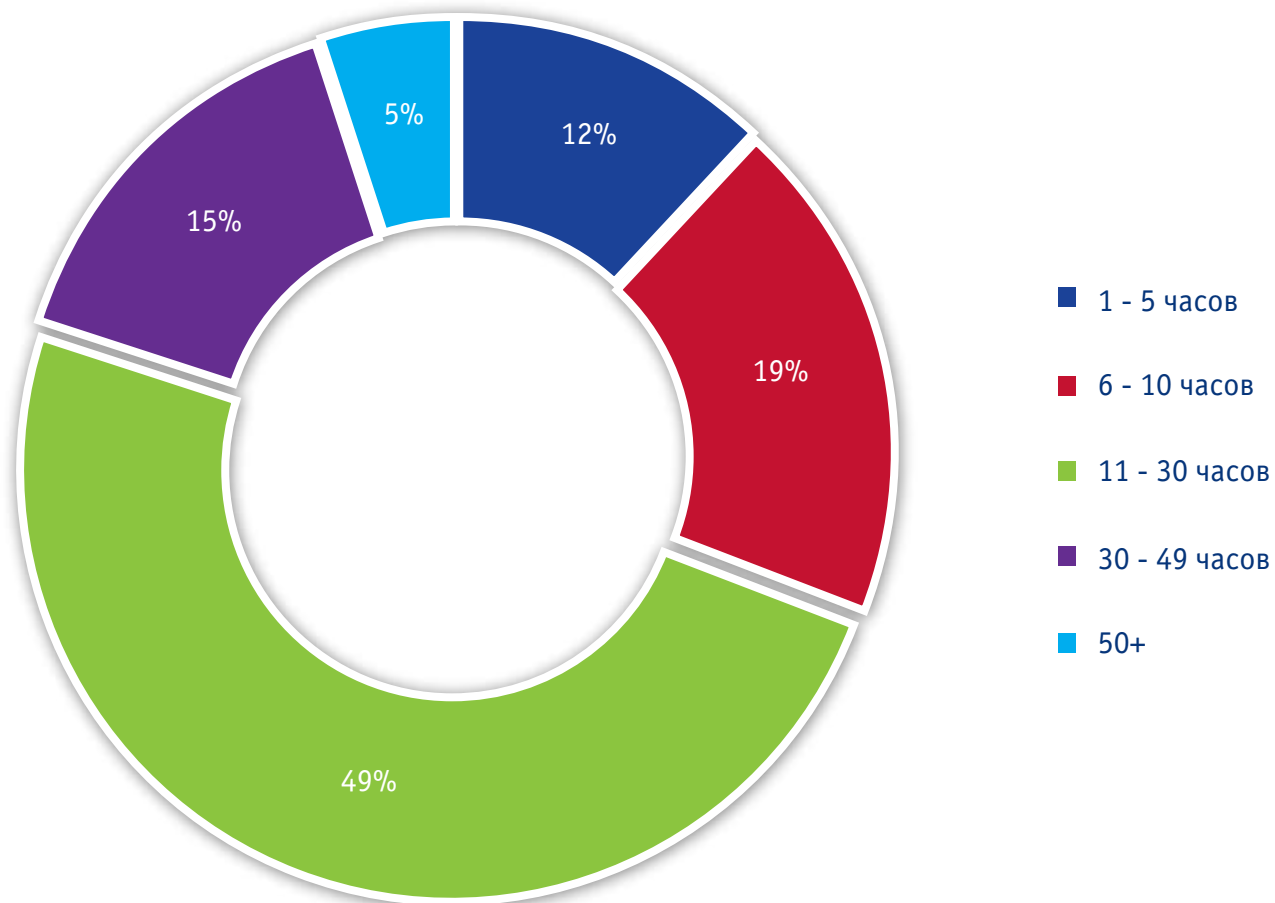
Наибольшей популярностью среди респондентов пользуется жанр фэнтезийных RPG — таков общемировой тренд, и наши игроки его подтверждают (76%). Отдельного упоминания заслуживают экономические стратегии, которые становятся все более популярными (+ 5% по сравнению с прошлым годом).

Каков ваш уровень владения английским языком?



Большая часть аудитории не владеет английским языком или владеет им в недостаточной степени для того, чтобы свободно играть в непереведенную версию. Процент владеющих языком респондентов остается стабильно невысоким в течение последних нескольких лет (число свободно владеющих остается практически неизменным с 2009 года). Задача по локализации зарубежных проектов не теряет своей актуальности.

Сколько часов в неделю вы тратите на игры?



Почти половина аудитории — «умеренные игроки», тратящие на игры от 1,5 до 4 часов в день. Это как раз то время, которое может уделить играм работающий или учащийся пользователь, предпочитающий регулярные, но относительно непродолжительные игровые сессии по вечерам и выходным.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

Мы будем рады вашим вопросам

Сергей Колесов

Директор по корпоративным коммуникациям

s.kolesov@nikitaonline.ru

Павел Ельченко

PR-менеджер

p.elchenko@nikitaonline.ru