



Мониторинг экономического сектора Рунета

Мебель

Февраль 2005 г

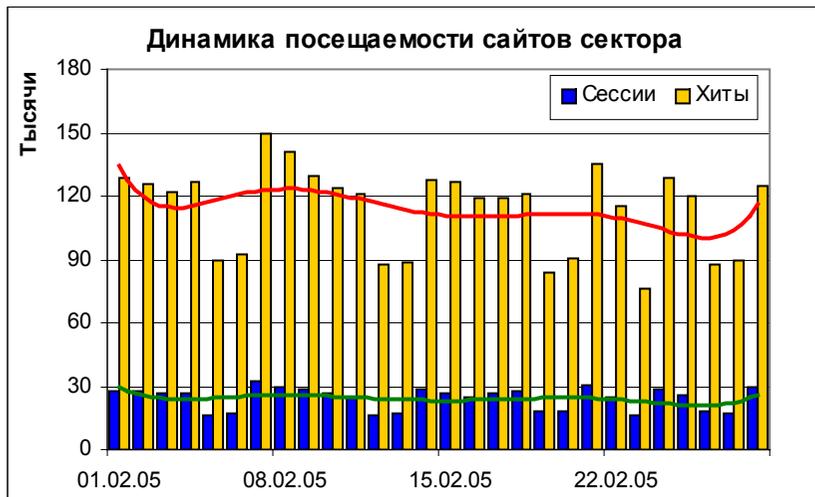
Исследование проведено компанией SpyLOG на основе статистических данных посещаемости сектора Рунета «Мебель»

Компания SpyLOG
Россия, Москва
ул. Большая Почтовая,
д.26 В, стр.2
тел. (095) 234-27-80

Мониторинг сектора «Мебель»

Мониторинг экономического сектора интернета является продуктом компании SpyLOG. Данный мониторинг дает подробную количественную и качественную оценки аудитории сектора, интересов аудитории (по секторам Рунета и сайтам). Таблицы и графики мониторинга позволяют определить географию аудитории, ее пути, используемые поисковые фразы; определить сайты-лидеры сектора; соотнести полученные данные с уровнем активности СМИ. В мониторинге приводятся данные о времени и глубине просмотра сайтов сектора.

Диаграмма «Динамика сектора» наглядно представляет изменения активности аудитории изучаемого сектора по будням, в выходные дни и на протяжении месяца в целом. Отношение числа сессий к количеству хитов позволяет оценить уровень внимания аудитории.

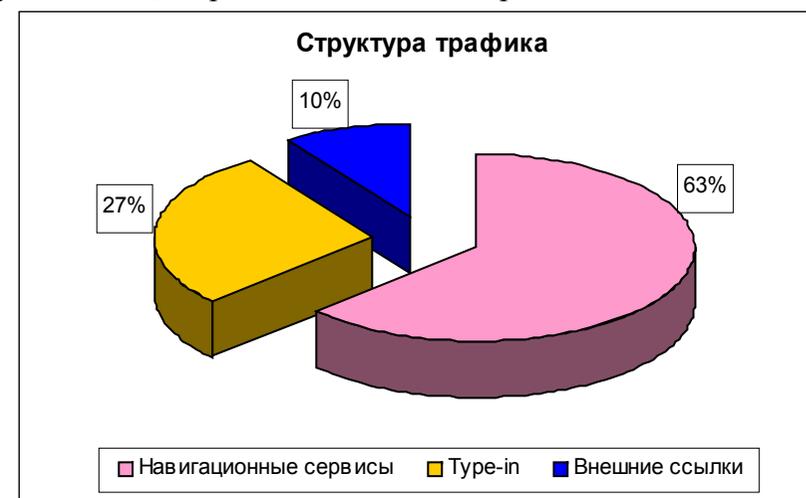


В таблице «Общие параметры сектора» приводятся основные параметры аудитории сектора в динамике. Данные динамики роста позволяют соотнести характеристики сектора с уровнем активности СМИ по рассматриваемой тематике. В последней колонке таблицы указано изменение значения параметра за исследуемый период.

Общие параметры сектора

Параметр	Значение	Рост, %
Месячная аудитория, тыс. чел.	596,3	+42,8
Недельная аудитория, тыс. чел.	142,9	+35,8
Недельная активная аудитория, тыс. чел.	8,5	+27,0
Сессии, тыс.	676,2	-14,6
Хиты, тыс.	3192,9	-17,7
Публикации в СМИ, тыс.	1,9	+51,3

На диаграмме «Структура трафика» выделены три категории переходов: с поисковых машин и каталогов, «type-in» (посетитель набирает адрес в строке браузера, или же выбирает адрес из закладок), прочие внешние ссылки - переход на сайт сектора с другого сайта, по размещенной на нем рекламе или ссылке.



В таблице «Рейтинг сайтов сектора, top20», сайты ранжированы по количеству уникальных посетителей, зашедших на сайт. Колонка – «Доля сайта в секторе» определяет долю уникальных посетителей сайта в расчете от всех посещений в секторе.

Рейтинг сайтов сектора, top 20

Сайт	Посетителей, чел.	Доля сайта в секторе, %
MEBELDOM.ru	40125	6,7
Магазин Кухни и Диваны	23249	3,9
Элитис - Мебель, ткани, карнизы, свет	22231	3,7
ФЕЛИКС - мир офисной мебели	19626	3,3
Мебельнадом.Ру	18490	3,1
ТД Мебель Шатуры	18327	3,1
Опт Мебель - магазин мебели	16642	2,8
ЛИНИЯ МО – ОФИСНАЯ МЕБЕЛЬ	15529	2,6
Фабрика мебели 8 марта	14716	2,5
Фабрика мягкой мебели ДИС	14531	2,4
Кухни Онлайн	13513	2,3
Фабрика мягкой мебели Аллегро-Классика	12914	2,2
Фабрика мягкой мебели МООН	11319	1,9
Tranquillita -компьютерная мебель	10543	1,8
Promtest.ru Шкафы-купе на заказ	10082	1,7
Интернет-магазин мебели ДИВАНЫ ТУТ!	9094	1,5
Rumebel.ru Продажа мебели	8208	1,4
Мебель Словении	7532	1,3
Интернет-магазин мебели Мебель-К	7266	1,2
Мебельный салон-магазин "Дом Мебели"	7053	1,2

Таблица «Рейтинг поисковых запросов, top15» определяет популярные ключевые слова по данным поисковых машин Яндекс, Rambler и системы статистики SpyLOG. По этим поисковым фразам посетители попадают на сайты сектора через поисковые машины. Из рейтинга исключены наименования организаций.

Рейтинг поисковых запросов, top15

Поисковая фраза	Яндекс ¹	Rambler	SpyLOG ²
кухни	173014	11679	28588
мебель	448111	26454	22416
компьютерный(-ые) стол(ы)	19762	3541	17847
мягкая мебель	33776	7997	12931
офисная мебель	27795	10015	12317
диван(ы)	61274	5017	10046
детская мебель	14444	4275	8256
шкаф(ы)-купе	40566	4892	6786
кухонная мебель	9580	2767	4676
мебель для кухни	10019	2994	4141
шкаф(ы) купе	40566	3038	3286
кровать(и)	55804	2037	3099
спальни	22300	2594	2832
прихожая(-ие)	13517	2233	2378
мебель для дома	5395	2974	2271

¹ Яндекс учитывает общее количество запросов, содержащих данную поисковую фразу. Данные приведены по состоянию на 15.03.2005 г.

² SpyLOG учитывает количество переходов с поисковых машин, а не запросов.

Термины

Посещение сайта – открытие любой страницы сайта, на которой стоит счетчик SpyLOG в браузере при условии, что пользователь дождался загрузки счетчика.

Посетитель – уникальный user agent, с помощью которого был посещен сайт. Уникальность устанавливается сложной системой идентификации пользователей системы SpyLOG.

Месячная аудитория – (максимальная месячная аудитория, monthly reach, посетителей за 30 дней) – количество пользователей, посетивших сайт хотя бы раз в течение месяца.

Недельная аудитория – (максимальная недельная аудитория weekly reach, посетителей за 7 дней) – количество пользователей, посетивших сайт хотя бы раз в течение семи дней.

Активность аудитории – соотношение количества пользователей и количества просмотренных ими страниц в течение одной сессии.

Поисковая машина – навигационный сервис, позволяющий находить нужные материалы (сайты) в интернете по ключевым словам.

Рейтинг – систематизированный список сайтов, сортированный по какому-либо признаку (чаще всего посещаемости) со ссылками на них (например, rambler.ru).

Внешняя ссылка (переход на сайт по внешней ссылке) – ссылка на другом сайте (в данном отчете, не относящимся к поисковым системам, рейтингам и каталогам), по которой пользователь перешел на какую-либо страницу сайта.

Поисковый запрос – ключевое слово или словосочетание, по которому сайт был найден в интернете. Иначе говоря, поисковый запрос – это ключевое слово, задаваемое на поисковой машине.

Сайт – группа статических или динамически создаваемых информационных или сервисных страниц в интернете, объединенных единой тематикой, стилевым оформлением, адресом и владельцем.

Ссылка (гиперссылка) – навигационный элемент в интернете, размещаемый на страницах сайта, который позволяет перемещаться между страницами одного или разных сайтов в интернете и является основным механизмом навигации в Сети.

Хит – обращения пользователя к странице, исключая перезагрузки. Повторный хит засчитывается при повторном обращении пользователя к странице по истечении не менее 60 секунд. В случае постоянной перезагрузки страницы посетителю будет засчитан только один хит.

Сессия – сеанс посещения пользователем сайта. В течение сессии пользователь может просмотреть одну или несколько страниц. Сессия считается завершенной в том случае, если пользователь не проявил активности в течение более 30 минут.

Ядро – количество пользователей, которые хотя бы раз в неделю на протяжении, по крайней мере, двух месяцев до исследуемой даты посещали исследуемый сайт.

Недельная активная аудитория – количество пользователей, которые не менее трех раз за семь дней до исследуемой даты посещали исследуемый сайт.

Публикация – информационный материал в газете, журнале или др. типе СМИ. Учитываются любые публикации: рекламные, журналистские, аналитические материалы.

Каталог – систематизированный список сайтов интернета со ссылками на них.

Глубина просмотра – количество страниц, просмотренных пользователем в течение одной сессии.

Информация о продуктах мониторинга

Компания SpyLOG открывает новый проект «Мониторинг сектора» и предлагает пакет услуг по мониторингу состояния экономических секторов интернета.

Пакет услуг состоит из серии продуктов, которые отличаются объемом предоставляемой информации. В продукте содержится качественная и количественная оценки аудитории интересующего вас сектора интернета.

Пакет услуг «Мониторинг сектора» необходим для грамотной работы с сайтом. Этот информационный продукт позволит вам правильно позиционировать ваш сайт в интернете, а так же быть в курсе активности участников вашего сегмента рынка в интернете.

Услуга «Мониторинг сектора» позволит вам скоординировать работу в интернете и в СМИ. Благодаря «Мониторингу сектора» вы сможете оценить информационную кампанию вашей фирмы во всех типах СМИ: как печатных, так и электронных.

За дополнительной информацией обращаться к координатору проекта Голоскоковой Наталье.

E-mail: monitor@spylog.ru; телефон: 234-27-80.

Составляющие мониторинга:

- Совокупная аудитория сектора и динамика аудитории:
 - аудитория месяца;
 - недельная аудитория;
 - ядро аудитории.
- Активность посетителей за период в секторе и динамика активности в сравнении с предыдущим периодом:
 - количество хитов;
 - количество сессий.
- Рейтинг поисковых запросов – Топ от 15 до 30.
- Рейтинг популярных сайтов сектора – Топ от 20 до 50.
- Глубина и время просмотра сайтов посетителями.
- Структура переходов на сайты сектора.
- География посетителей по округам РФ и странам.
- Рейтинг брендов сектора.
- Информация по сайтам, которые посещает аудитория сектора.
- Количество публикаций в различных типах СМИ по теме сектора.
- Анализ активности региональных СМИ по теме сектора.
- Рейтинг упоминаемости компании в Интернет.
- Интересы посетителей сектора.
- Количество публикаций в СМИ (для вашей компании, бренда).
- Количество информационных поводов (для вашей компании).
- Рейтинг вашей компании в интернете.