



Федеральное государственное образовательное бюджетное
учреждение высшего образования

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

Департамент «Департамент анализа данных, принятия решений и
финансовый технологий»
Дисциплина «Анализ данных»

«Популярность мессенджеров осенью 2019 года»

Выполнил

Гриднев Дмитрий Владимирович,

Студент группы **ПИ18-1,**

Факультет прикладной информатики и информационных технологий (ПМИИТ),

Научный руководитель

Пяткина Дарья Анатольевна

Москва 2019

Содержание

Актуальность исследования	3
Анкета исследования	3
Запуск интернет-анкетирования	6
Анализ результатов опроса	7
Итоги	10

Актуальность исследования

Зачем нужно это исследование

Сегодня мессенджеры уже тесно связаны с нашей повседневной жизнью. Мы все больше общаемся через них, забываем о том, что общаться можно вживую. Мессенджеры тратят очень много времени, так как перечень их использования огромен. В 2019 году их стало настолько много, что стало сложно вспомнить все, так случилось из-за спроса на них.

Анкета исследования

То, как создавалась анкета для исследования

Для данного исследования была поставлена анкета из следующих 6-ти вопросов:

1. Платформа, на которой вы используете мессенджер

Для исследования требуется знать, какие платформы для использования мессенджеров сегодня использует их целевая аудитория.

1. Платформа на которой вы используете мессенджер *

- ☐ Windows
- ☐ Linux
- ☐ MacOS
- ☐ Windows Phone
- ☐ IOS/iPadOS
- ☐ Android
- ☐ WatchOS
- ☐ Tizen
- ☐

2. Какие мессенджеры вы использовали

В исследовании одним из главных вопросов значится актуальность повеления новых мессенджеров, поэтому данный вопрос был включен в анкету.

2. Какие мессенджеры вы использовали *

- ☐ Telegram
- ☐ VK
- ☐ WhatsApp
- ☐ iMessage
- ☐ Viber
- ☐ Skype
- ☐ Facebook Messenger
- ☐ ICQ
- ☐ Instagram
- ☐ WeChat
- ☐

3. Ваш основной мессенджер

В любом исследовании важно понимать, какие продукты ключевые на рынке. Такими продуктами пользуется большинство людей, значит они более выгодные как для бизнеса (допустим реклама), так и для обычных людей, так как у них будет больше шансов найти нужного им человека.

3. Ваш основной мессенджер *

- ☐ Telegram
- ☐ VK
- ☐ WhatsApp
- ☐ iMessage
- ☐ Viber
- ☐ Skype
- ☐ Facebook Messenger
- ☐ ICQ
- ☐ Instagram
- ☐ WeChat
- ☐

4. Ваш возраст

Данный вопрос поможет оценить возрастные категории, использующие мессенджеры

4. Ваш возраст *

- ☐ 0-10
- ☐ 10-12
- ☐ 12-14
- ☐ 14-16
- ☐ 18-20
- ☐ 20-22
- ☐ 22-26
- ☐ 26-30
- ☐ 30-40
- ☐ 40-50
- ☐ 50+
- ☐

5. Сколько времени в день вы проводите в мессенджере (Среднее значение)

Для понимания эффективности работы того или иного инструмента, требуется понимать, какое количество времени его используют.

5. Сколько времени в день вы проводите в мессенджере (Среднее значение) *

- ☐ 1 час
- ☐ 2 часа
- ☐ 3 часа
- ☐ 4 часа
- ☐ 5-6 часов
- ☐ 7-8 часов
- ☐ 9-10 часов
- ☐ 11-14 часов
- ☐ 15-18 часов
- ☐ 19-22 часов
- ☐ 23-24 часа
- ☐ Другое

6. Сколько денег вы тратите в месяц

Данный вопрос позволяет определить в каком мессенджере лучше запускать таргетинговые акции (опять же, как пример – реклама).

6. Сколько денег вы тратите в месяц (в руб.) *

- ☐ 0-10000
- ☐ 10000-20000
- ☐ 20000-30000
- ☐ 30000-50000
- ☐ 50000-80000
- ☐ 80000-100000
- ☐ 100000-150000
- ☐ 150000+
- ☐ Другое

Запуск интернет-анкетирования

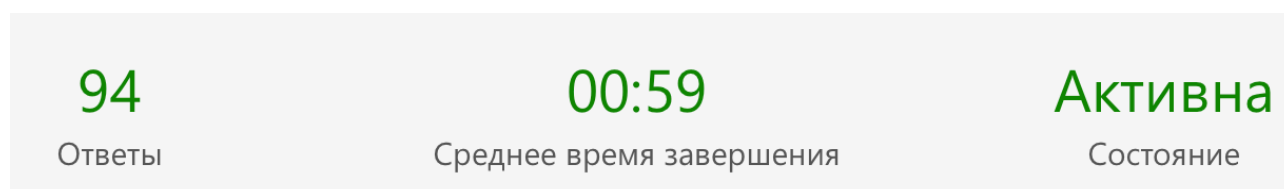
Какие люди проходили опрос

Для проведения данного опроса, ссылка на него была распространена в социальной сети “ВКонтакте”, в беседах второкурсников. Из этого следует, что большинство людей выберут “ВКонтакте”, как используемый мессенджер и целевая аудитория данного исследования будет с возрастом около 17-22 лет.

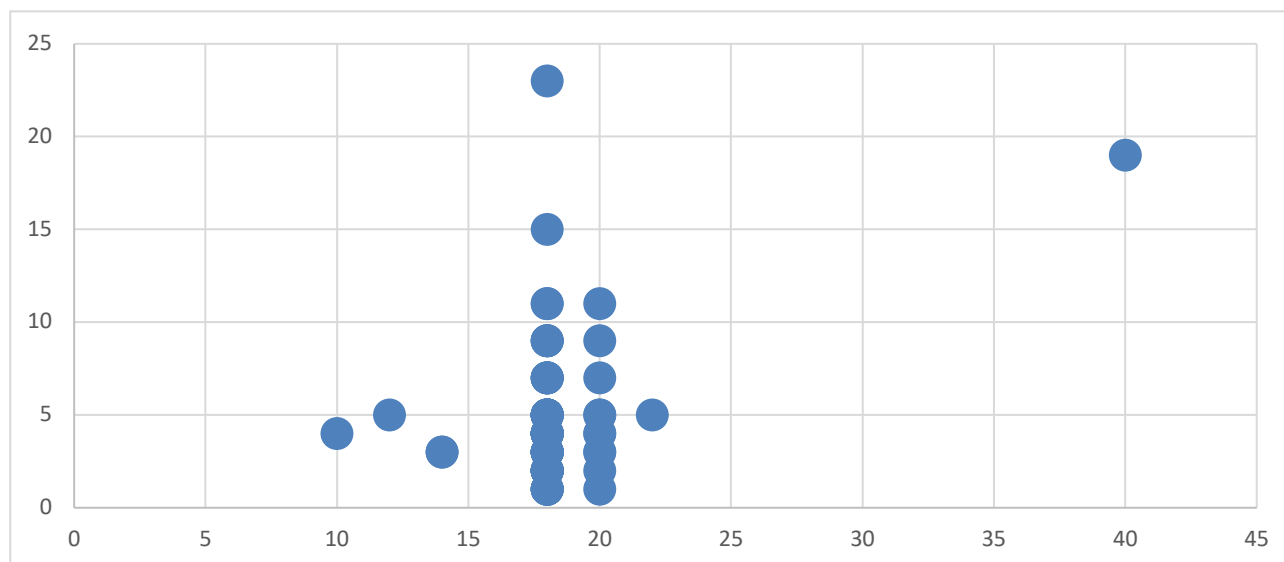
Анализ результатов опроса

То, как я данные анализировал

Опрос проводился осенью 2019, за это время в нем приняли участие 94 респондента, которые потратили в среднем 59 секунд на прохождение опроса.



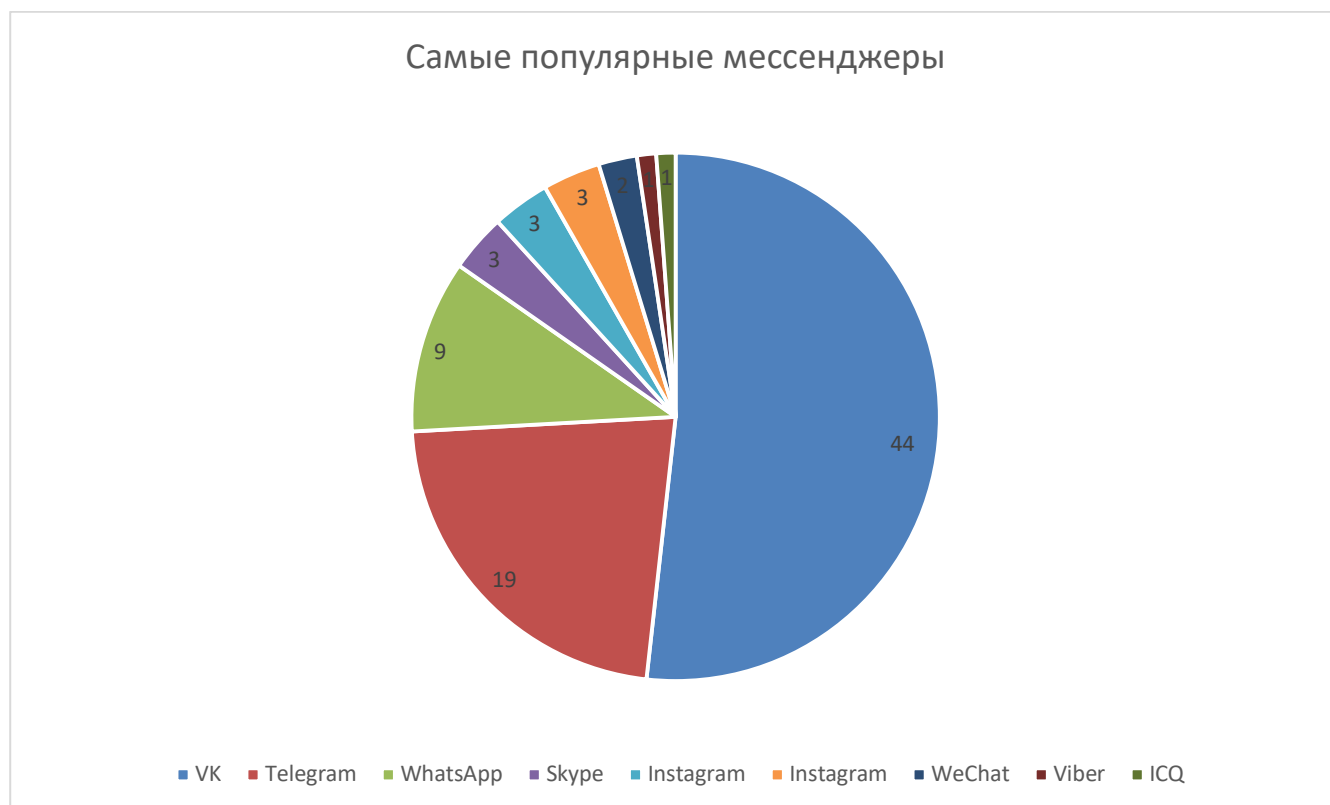
Самым главным вопросом данного исследования является вовлеченность, то есть время, которое тратят люди на использование мессенджера.



Данная пузырьковая диаграмма демонстрирует нам, что в большая часть людей от 16 до 22 лет использует мессенджеры от 1 до 6 часов, вторая группа людей этого же возраста использует мессенджер чуть больше – это 6-11 часов. Судя из данных, представленных на диаграмме, среднее время использования

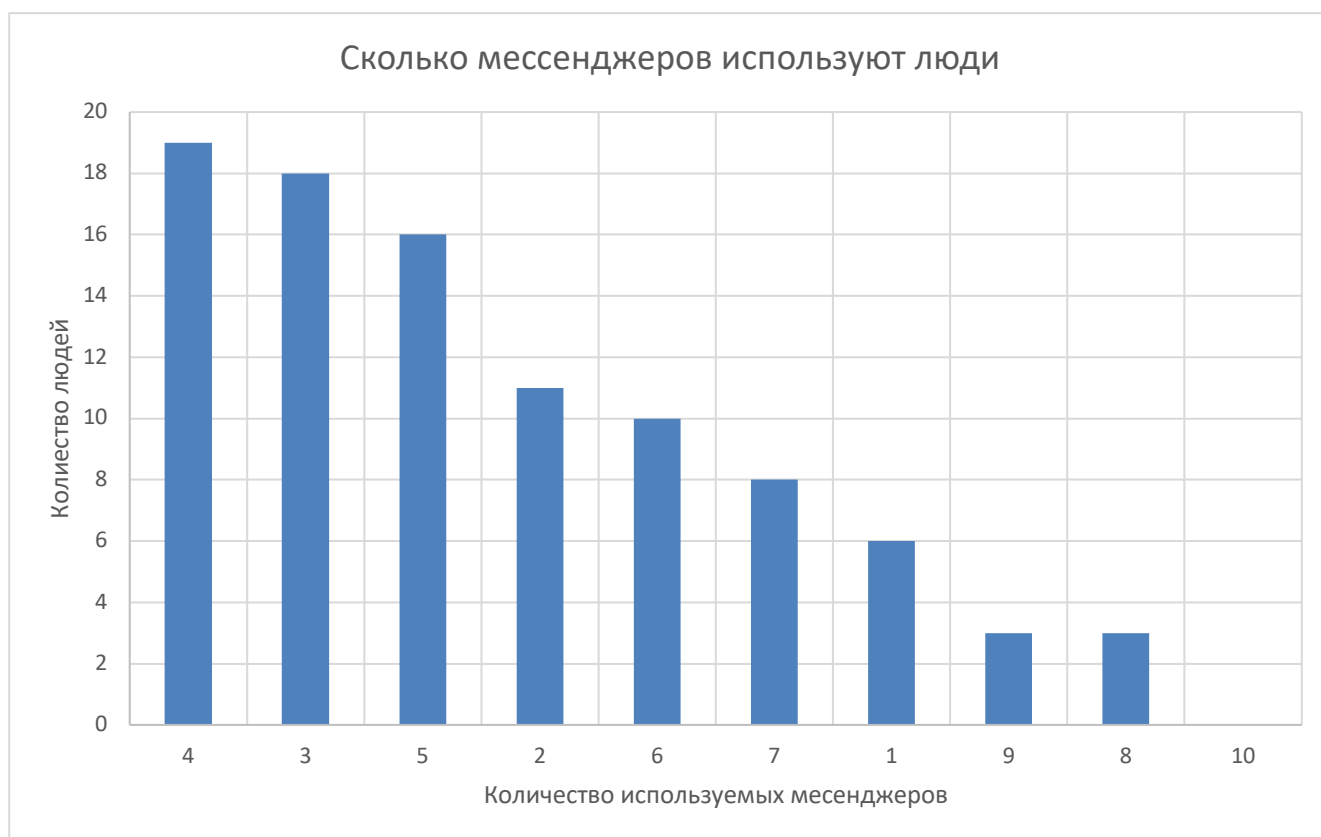
мессенджера у среднестатистического человека составляет около 2-3 часов в день.

В исследовании важно понимать какие мессенджеры предпочитают люди, для этого воспользуемся круговой диаграммой.



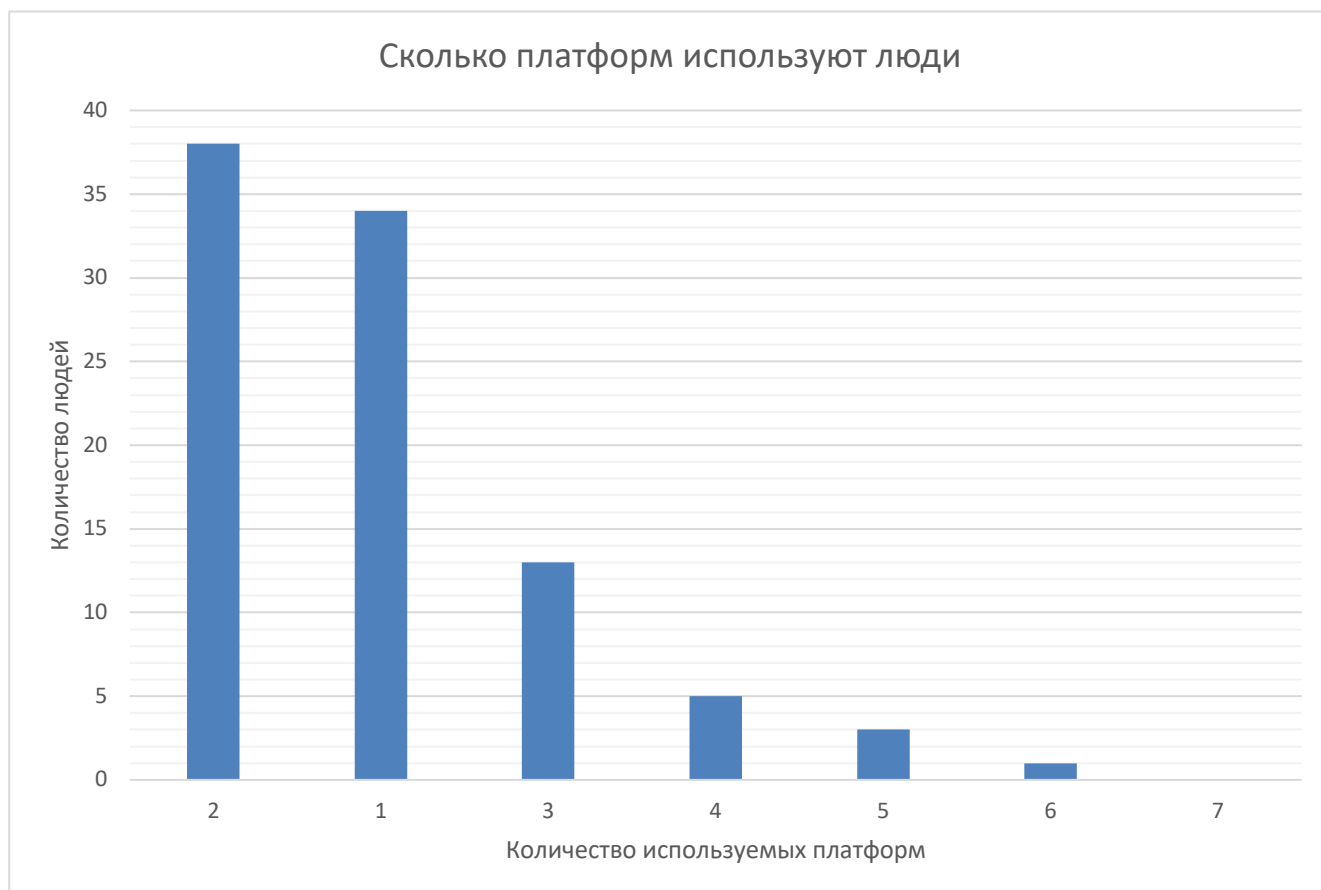
Из нее следует, что самая большая аудитория приходится на “ВКонтакте”. Это связано прежде всего с тем, что это самая популярная социальная сеть в Рунете и там проводился опрос. Следом за “ВКонтакте” идет “Telegram” и WhatsApp. Интересным фактом является то, что сообщения “Instagram” используют больше, чем “Viber”

Из этой диаграммы видно, что 3 мессенджера это больше $\frac{3}{4}$ всех используемых среди аудитории данного теста. Следующая диаграмма показывает, что для охвата всей возможной аудитории нельзя быть привязанным к 1 мессенджеру.

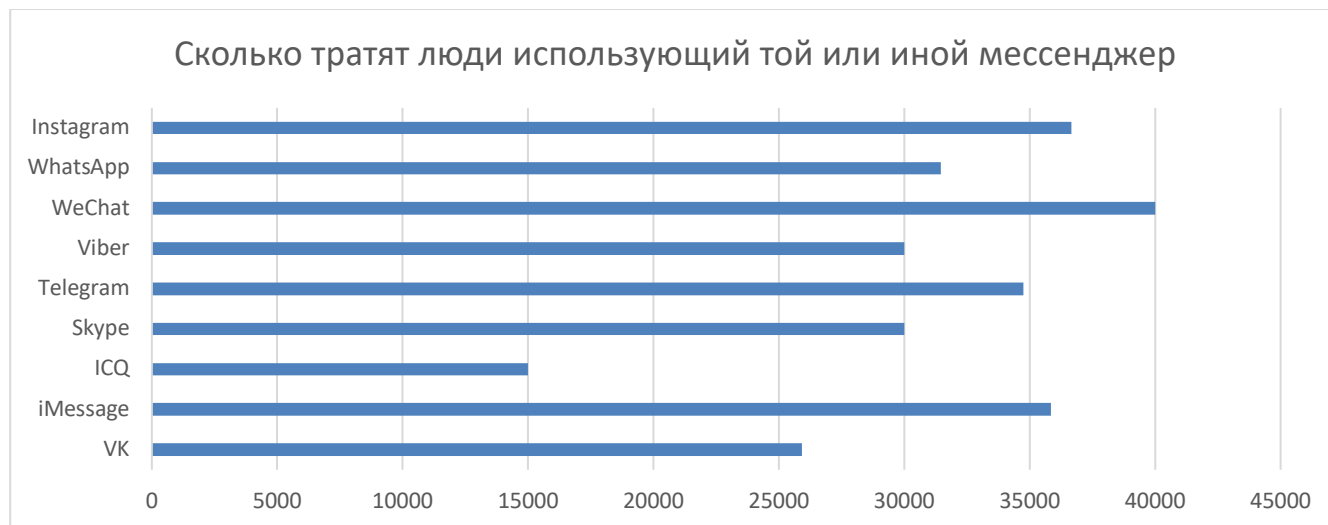


Из диаграммы понятно, что в основном люди используют 2-4 мессенджера.

Так же люди используют по 1-3 платформы.



Последний, но один из главных критериев – это платежеспособность аудитории, использующей тот или иной мессенджер



По диаграмме видно, что одна из самых платежеспособных аудиторий у ”WeChat”, но по нему слишком мало данных для этого утверждения. Так же можно отметить “Instagram” и “iMessage “ пользователей Apple техники. Так же диаграмма показывает, что у “ВКонтакте” аудитория более бережно относится к деньгам.

Итоги

Таким образом сегодня большинство людей используют мессенджеры в течении нескольких часов в день, причем не один, а несколько сразу. Сегодня мессенджеры — это идеальная платформа для рекламы, продаж и конечно общения.