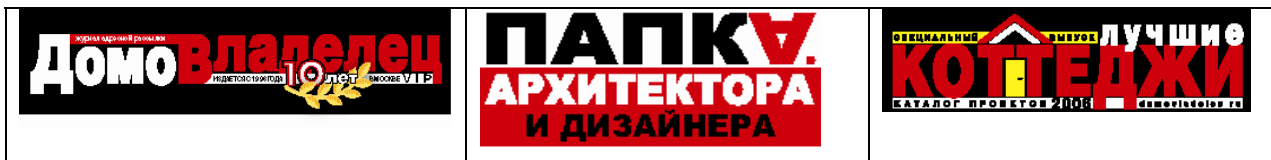


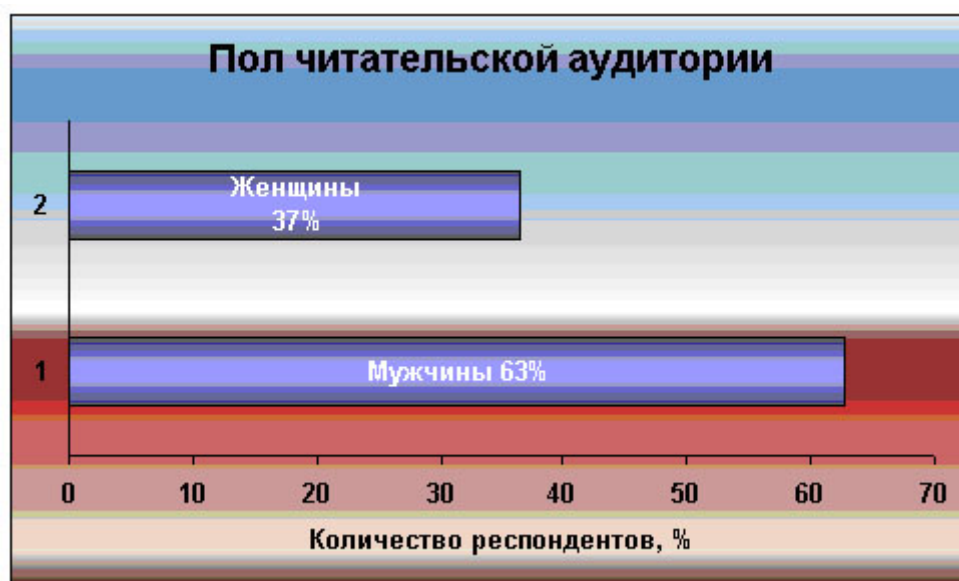
РЕКЛАМНАЯ ГРУППА образ

Портрет читательской аудитории журнала «Домовладелец VIP»
(включая специализированные выпуски и приложения)



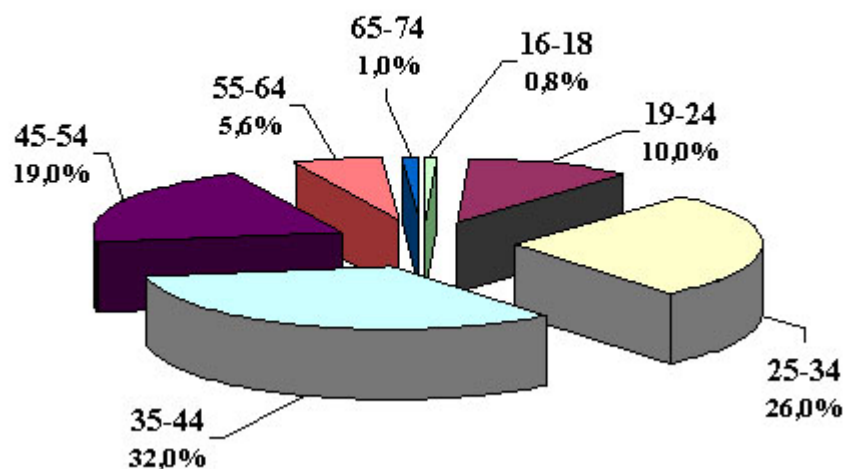
Анализ составлен по данным исследования, которое проводилось в формате фирменных стендов на 11 тематических выставках с участием Издательства в период с 10 февраля по 20 ноября 2005 года. Метод исследования – опрос посетителей, анкетирование (при оформлении подписки). Объем выборки составил 3 276 человек (10,92% от тиража).

Социально – демографические характеристики



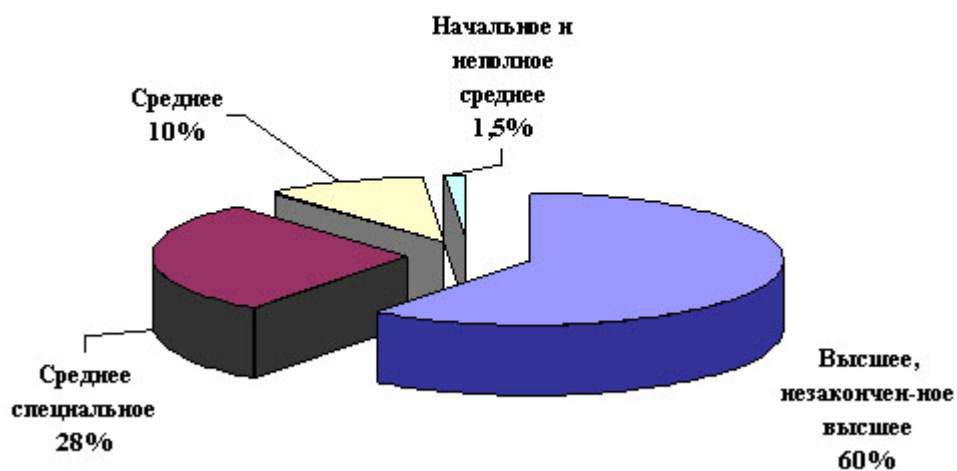
В целевой аудитории журнала несколько преобладают мужчины (63 %). Это хороший показатель, так как традиционно мужчины считаются более активными потребителями.

Возраст читательской аудитории



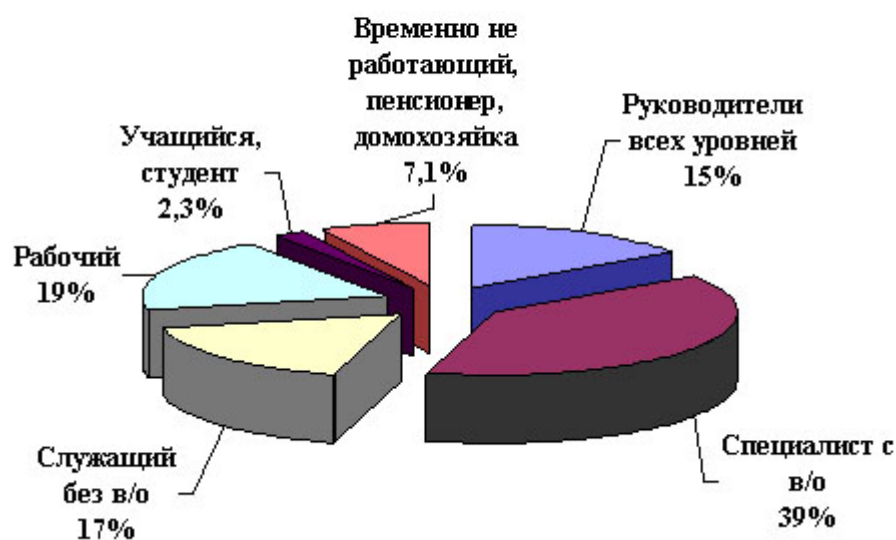
Преимущественно возраст читателя от 25 до 44 лет (58%), это наиболее динамичная, социально и экономически активная часть населения.

Образование читательской аудитории



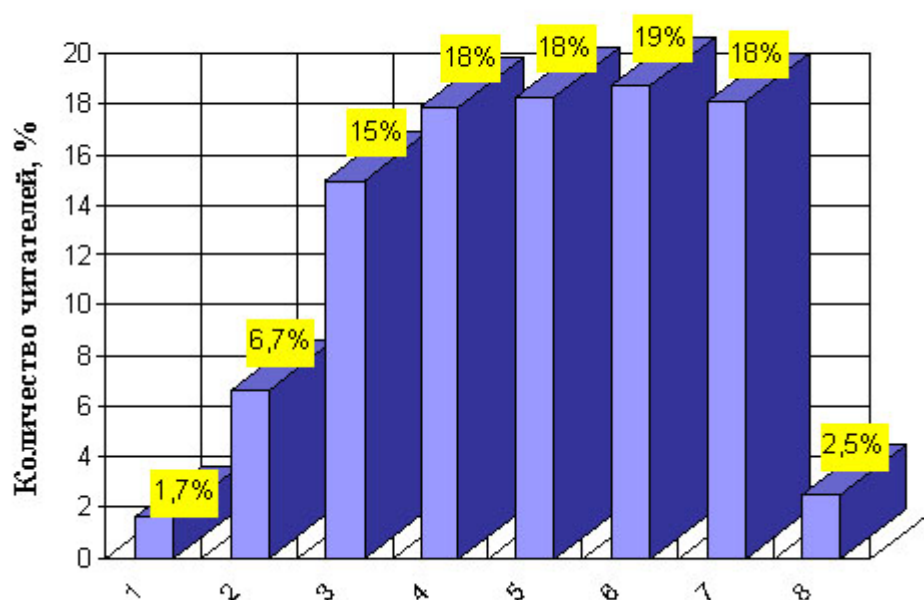
Подавляющее большинство читателей журнала имеют высшее (60%) и среднее специальное (28%) образование.

Социальный статус читательской аудитории



По социальному статусу целевая аудитория журнала – специалисты с высшим образованием (39%), служащие и рабочие без в/о (36%). Достаточно высокий процент составляют руководители всех уровней (15%).

Доход читателя



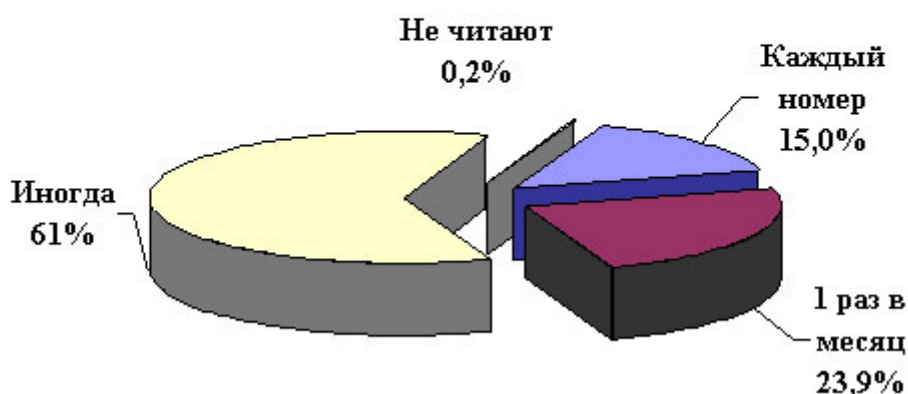
- 1- Менее 10 000 рублей;
- 2- От 10 000 до 25 000 рублей;

- 3- От 25 000 до 35 000 рублей;
- 4- От 40 000 до 60 000 рублей;
- 5- От 60 000 до 80 000 рублей;
- 6- От 80 000 до 100 000 рублей;
- 7- От 100 0000 рублей и более;
- 8- отказались отвечать на данный вопрос.

Доход большинства респондентов (73%) на одного члена семьи составляет от 25 000 до 100 000 рублей и более. Это говорит о том, что покупательская активность читателей журнала достаточно высока.

Отношение читательской аудитории к журналу

Периодичность обращения аудитории к изданию



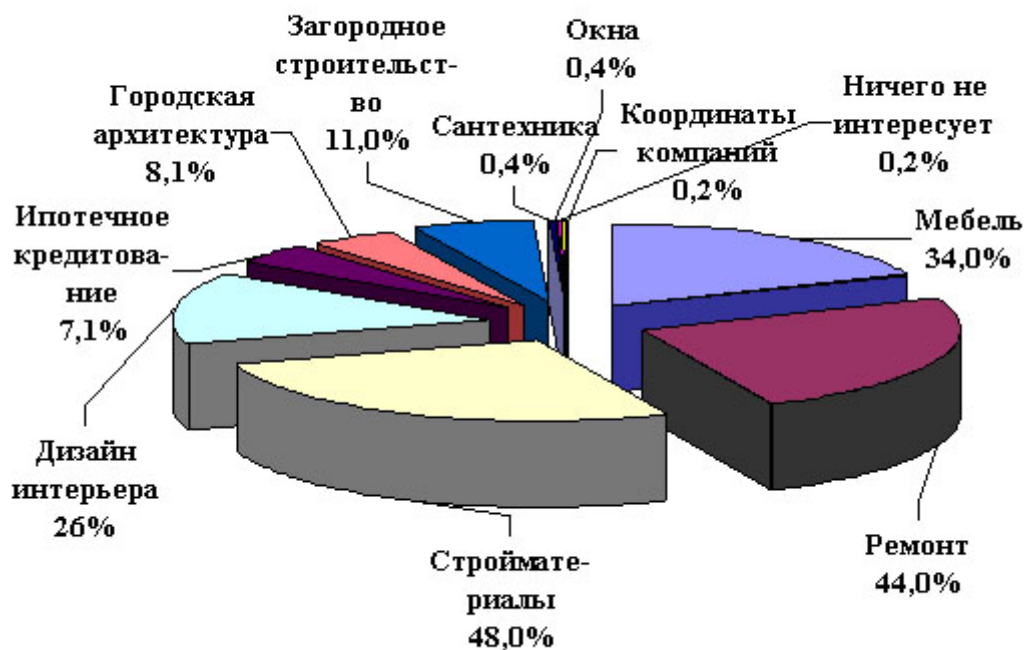
Количество постоянных читателей издания, т. е. читающих каждый номер журнала и отслеживающих каждый его выход, составляет 15% от общей целевой аудитории, 24% читают издание регулярно, и 61% иногда (по мере возникновения потребности в необходимой информации).

Доступность журнала



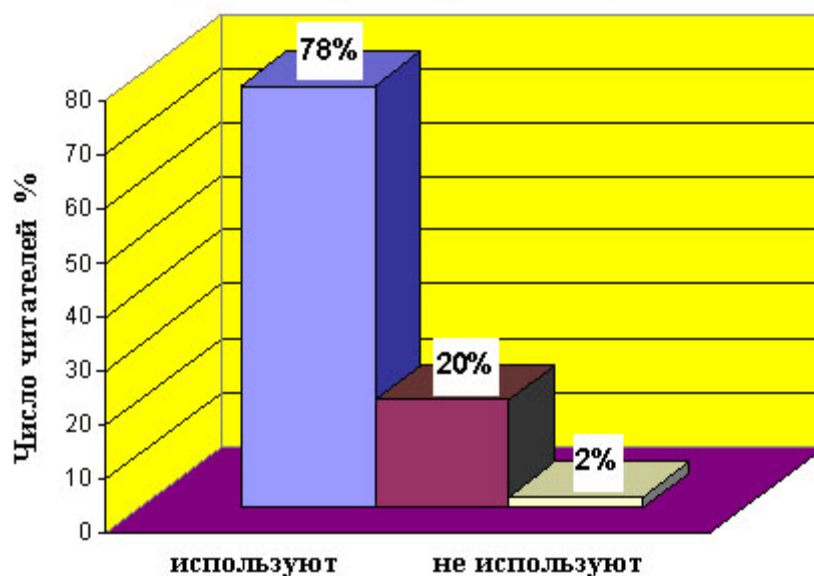
В основном читатели берут журнал с фирменных стоек, расположенных в бизнес-центрах города (67 %) и ещё 26% пользуются курьерской (почтовой) доставкой.

Востребованность тематик издания



Наиболее востребованными темами журнала среди читательской аудитории являются стройматериалы, ремонт и мебель, дизайн интерьеров.

Степень использования рекламы в журнале при покупке товаров



78% респондентов руководствуются рекламной информацией, размещенной в журнале, для приобретения товаров и услуг, что позволяет оценить журнал «Домовладелец VIP» как эффективно работающее издание.

Краткая справка об Издателе

Рекламная группа "ОБРАЗ" известна на московском медийном рынке, прежде всего, как издатель старейшего директ-мэйл журнала строительной тематики "Домовладелец VIP" (выходит с января 1996-го года). Официальный сайт – www.domovladelec.ru. Журнал является дипломантом более 150 специализированных выставок, проводимых в Москве и крупных региональных центрах. Другое направление деятельности агентства - оказание комплексных услуг по созданию корпоративной прессы на основе аутсорсинга (информ-сайт проекта – www.mnogotirazhka.ru). В конце августа 2005 года отдел корпоративной прессы РГ "ОБРАЗ" презентовал внутрикорпоративную газету Инвестсбербанка "Наш вклад". А уже в ноябре 2005 года газета "Наш вклад" была удостоена Диплома профессиональной национальной премии "Серебряный камертон-2005" как самый оригинальный корпоративный проект. В сентябре 2006 года отдел корпоративной прессы Рекламной группы "ОБРАЗ" презентовал обновлённую версию корпоративного журнала M-I SWACO Россия "Мы". До того как выпуск корпоративного издания был передан на аутсорсинг, силами службы персонала было выпущено два номера. Проведя анализ пилотных номеров, аналитики РГ "ОБРАЗ" разработали абсолютно новый концепт издания, соответствующий современным стандартам корпоративной прессы. Другой аутсорсинговый проект РГ "ОБРАЗ" – производство ежеквартального корпоративного журнала российского представительства международной фармацевтической компании "Пфайзер". В октябре 2007 года стартует ещё один корпоративный проект – ежеквартальная газета "Автомойка".