Audience Help

Аудитория запросов премиальные курорты

30 дней · Замер 29.04.2026

Вся география

14 000	50,0 %	50,0 %
Посетители	Женщины	Мужчины

Возраст

Лет	Доля
21–24	14,3 %
27–30	14,3 %
35–45	28,6 %
45+	42,9 %

География

Города	Доля
Москва	50,0 %
Нижний Новгород	7,1 %
Уфа	7,1 %
Волгоград	7,1 %

Интересы

Раздел: интерес	Посетители	Доля	Аффинити
Мебель и интерьер: Мебель корпусная	2 000	14,3 %	+5 704 %
Кулинария: Доставка еды	2 000	14,3 %	+4 099 %
Обустройство и ремонт: Сантехника и ремонт ванн	2 000	14,3 %	+3 076 %
Подарки, сувениры: Часы, украшения и аксессуары	3 000	21,4 %	+1 206 %
Новостные интересы: Политика	3 000	21,4 %	+957 %

Портрет аудитории

Аудитория из 14 000 человек, ищущих премиальные и элитные санатории и курорты, делится поровну между мужчинами и женщинами — по 50% на каждый пол. Основу составляют люди 35–45 лет (28,6%) и старше 45 (42,8%). Половина аудитории живёт в Москве, а по 7,1% приходится на Нижний Новгород, Уфу и Волгоград. 78,6% имеют средний уровень дохода, 71,4% активно работают, причём 71,4% из них заняты в отделах продаж и коммерческих подразделениях. 57,1% — автовладельцы, а 35,7% интересуются покупкой загородной недвижимости. 50% аудитории следят за банковскими вкладами и депозитами, 42,9% используют кредитные карты. Получается портрет занятых людей со средним доходом, которые ищут для себя премиальный отдых, думают о собственном загородном доме и активно управляют личными финансами.

Пол — среди посетителей с известным полом; возраст — с известными полом и возрастом.
Интересы — топ-5 по аффинити из разных разделов при доле от 10 %.
Доли географии и интересов — от всех посетителей. Аффинити +100 % — вдвое чаще базы; сегменты пересекаются.
База сравнения: Вся география · Все 18+.