Audience Help

Аудитория сайта agat-group.com

30 дней · Замер 09.10.2026

Россия, города-миллионники

38 149
Посетители

24,0 %
Женщины

76,0 %
Мужчины

Возраст

Лет	Доля
18 – 24	12,0 %
25 – 34	27,1 %
35 – 44	12,0 %
45 – 54	32,5 %
55 – 64	11,7 %
Больше 65	4,6 %

География

Города	Доля
Нижний Новгород	15,8 %
Красноярск	4,7 %
Москва	2,7 %

Интересы

Раздел: интерес	Посетители	Доля	Аффинити
Красота и мода: Читают журналы о моде	8 333	21,8 %	+134 722 %
Дом, ремонт и недвижимость: Интересуются услугами студий дизайна интерьеров	20 888	54,8 %	+69 777 %
Медиа и связь: Смотрят спутниковое ТВ	25 082	65,7 %	+51 904 %
Путешествия: Интересуются услугами для внутреннего туризма	32 466	85,1 %	+17 997 %
Финансы: Интересуются услугами негосударственных пенсионных фондов	37 144	97,4 %	+16 904 %

Портрет аудитории

Аудитория сайта agat-group.com за 30 дней — 38 149 человек, живущих в российских городах-миллионниках. Большинство — мужчины (76%); ядро по возрасту приходится на группы 45–54 года (32,5%) и 25–34 года (27,1%), а доля 18–24-летних составляет 12%. По городам лидируют Нижний Новгород (15,8%), Красноярск (4,7%) и Москва (2,7%). Отличительные признаки: 61,1% используют Android, 55,6% — смартфоны, 41,1% владеют устройствами дороже 50 000 рублей, а 40,8% тратят на связь от 500 до 1000 рублей в месяц. Вместе это рисует мобильно-ориентированный образ жизни: аудитория решает задачи через смартфон ценового сегмента выше 50 000 рублей, а расходы на связь в диапазоне от 500 до 1000 рублей отражают регулярное, но не избыточное использование мобильной связи в повседневном ритме.

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: Все посетители сайтов за тот же период и в той же географии.
Аффинити отдельных сегментов неустойчиво: мало посетителей или малая база.