Audience Help

Аудитория сайта kors-group.com

30 дней · Замер 09.10.2026

Россия, города-миллионники

30 830
Посетители

22,1 %
Женщины

77,9 %
Мужчины

Возраст

Лет	Доля
18 – 24	**11,1 %**
25 – 34	**7,8 %**
35 – 44	**47,5 %**
45 – 54	**7,8 %**
55 – 64	**17,5 %**
Больше 65	**8,4 %**

География

Города	Доля
Казань	**10,7 %**
Москва	**5,8 %**

Интересы

Раздел: интерес	Посетители	Доля	Аффинити
Развлечения и хобби: Увлекаются яхтингом	14 778	47,9 %	**+27 049 %**
Финансы: Интересуются ипотечными кредитами	12 685	41,1 %	**+8 249 %**
Еда и рестораны: Интересуются услугами кейтеринга	3 357	10,9 %	**+6 991 %**
Услуги и госучреждения: Интересуются услугами химчистки	17 177	55,7 %	**+5 927 %**
Домашние животные: Владельцы кошек	3 860	12,5 %	**+5 010 %**

Портрет аудитории

Аудитория сайта kors-group.com — 30 830 человек из российских городов-миллионников, зафиксированных за 30 дней наблюдения. Состав в значительной мере мужской: 77,9% — мужчины, 22,1% — женщины. Возрастное ядро приходится на группу 35–44 года, которая даёт 47,5% аудитории, а заметный пласт формируют люди 55–64 лет (17,5%). По городам на первом месте Казань (10,7%), на втором — Москва (5,8%). Поведенческие данные показывают, что 64,4% аудитории используют Android, 58% — смартфоны, 42,6% тратят на связь 500–1000 руб., а 39,5% владеют устройствами дороже 50 000 руб. В совокупности эти признаки очерчивают портрет зрелых мужчин, для которых смартфон стал основным рабочим инструментом повседневной деятельности, а расходы на технику и связь держатся на устойчивом, но не премиальном уровне, что указывает на практичный, взвешенный подход к выбору устройств и тарифов.

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.