Audience Help

Аудитория сайта mip.institute

30 дней · Замер 25.09.2026

Россия, все регионы

201 968
Посетители

80,8 %
Женщины

19,2 %
Мужчины

Возраст

Лет	Доля
18 – 24	50,7 %
25 – 34	19,1 %
35 – 44	11,6 %
45 – 54	5,1 %
55 – 64	6,0 %
Больше 65	7,5 %

География

Регионы	Доля
Москва	15,7 %
Московская область	10,2 %
Санкт-Петербург	6,2 %
Краснодарский край	3,6 %
Свердловская область	2,9 %
Забайкальский край	1,9 %

Интересы

Раздел: интерес	Посетители	Доля	Аффинити
Медиа и связь: Читают женские журналы	27 296	13,5 %	+1 130 %
Здоровье: Интересуются медицинскими услугами	24 812	12,3 %	+707 %
Красота и мода: Интересуются услугами эстетической медицины и пластической хирургии	26 273	13,0 %	+630 %
Покупки: Покупают книги и канцелярские принадлежности	73 563	36,4 %	+406 %
Спорт и фитнес: Ведут спортивный образ жизни	49 141	24,3 %	+288 %

Портрет аудитории

Аудитория сайта mip.institute — 201 968 человек, наблюдаемых за 30 дней по всем регионам России. Это преимущественно молодые женщины: 80,8% аудитории составляют женщины, а 50,7% приходится на возрастную группу 18–24 лет, ещё 19,1% — люди 25–34 лет. По географии выделяются Москва (15,7%), Московская область (10,2%) и Санкт-Петербург (6,2%), при этом аудитория распределена по всей стране. Отличительные черты: 47,8% не работают или работают из дома, 66,7% пользуются смартфонами, 40,9% тратят на связь от 500 до 1000 руб., а 27,8% владеют устройствами дороже 50 000 руб. Из этого следует, что аудитория живёт в режиме, где смартфон — главный инструмент повседневности, а почти половина не привязана к офису, что определяет гибкий, мобильный образ жизни.

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.