

Результаты онлайн-опроса «Как выбрать доменное имя»



В опросе приняли участие 236 человек. 89,4% респондентов подтвердили, что они или компания, в которой они работают, являются владельцами доменного имени, 10,6% в данный момент не были прямо или косвенно вовлечены в процесс регистрации доменного имени и не принимали участие в ответе на последующие вопросы.

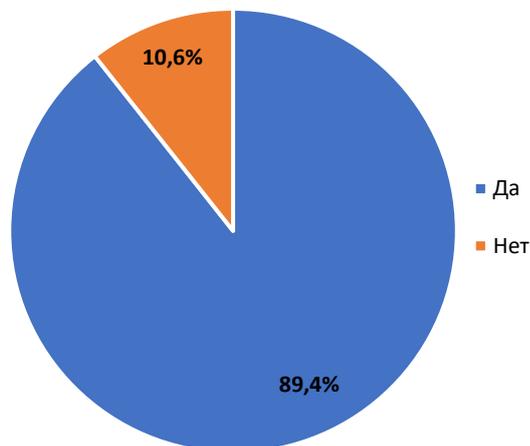


Диаграмма 1: Распределение респондентов по наличию доменного имени

Из респондентов, подтвердивших факт администрирования доменного имени, суммарно 68,9% респондентов администрируют не более 5 доменных имен.

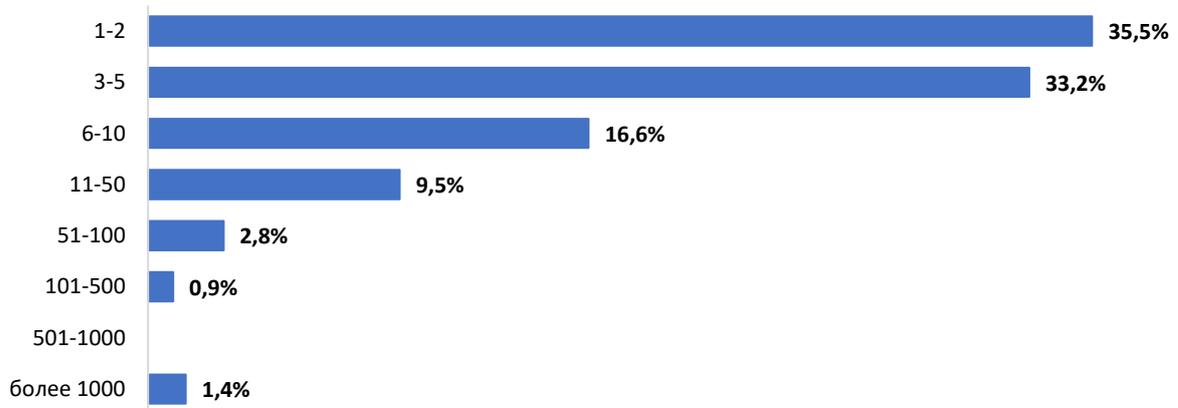


Диаграмма 2: Распределение респондентов по числу администрируемых доменных имен

Сложность процесса регистрации доменного имени была оценена в среднем на 3,5 балла по шкале от 1-очень легко до 10-очень трудно.

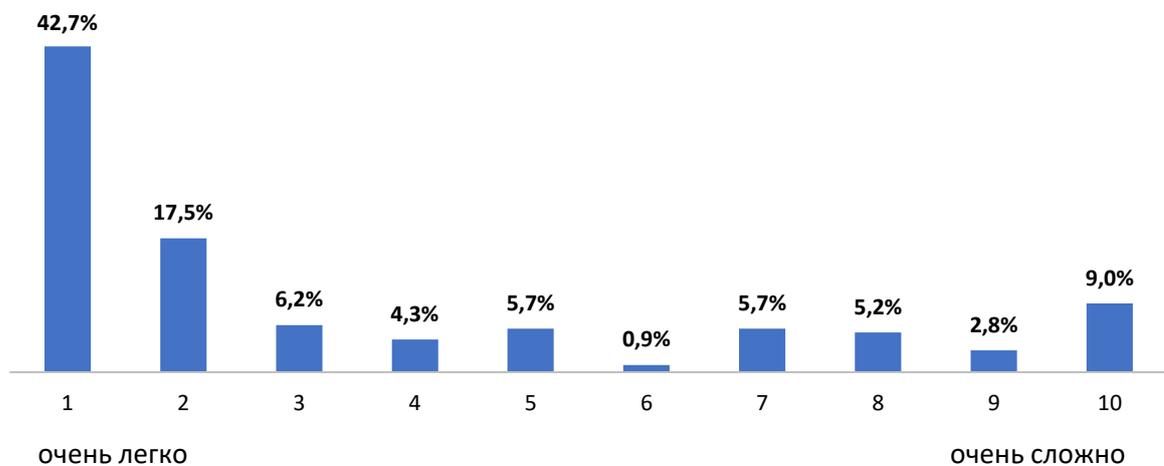


Диаграмма 3: Распределение респондентов по оценке сложности регистрации доменного имени

Практически половина респондентов (45,5%) указали, что в процессе регистрации доменного имени наиболее полезную информацию они смогли получить у компании-регистратора доменного имени. Второй по популярности способ получения полезной информации (29,9%) – поиск в интернете.

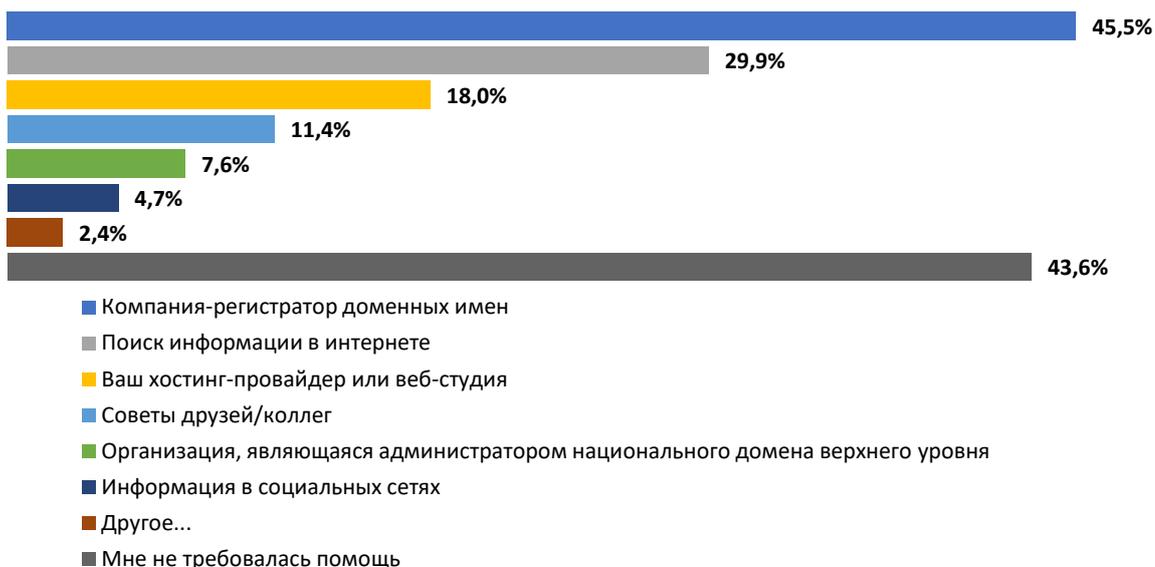


Диаграмма 4: Распределение респондентов по способам получения информации о регистрации доменного имени (пользователь мог выбрать несколько вариантов ответов)

Среди целей регистрации доменного имени лидирующую позицию (52,1%) занимает размещение корпоративного веб-сайта. Далее по популярности следует размещение сайтов самостоятельных проектов и/или рекламных кампаний (39,8%). Третью позицию делят между собой размещение персонального сайта (33,6%) и собственная корпоративная и/или персональная почта (31,8%). Примечательно, что среди респондентов, указавших в качестве основной цели регистрации доменного имени «Размещение корпоративного сайта», дополнительно выбрали вариант «Размещение корпоративной почты» менее половины пользователей.

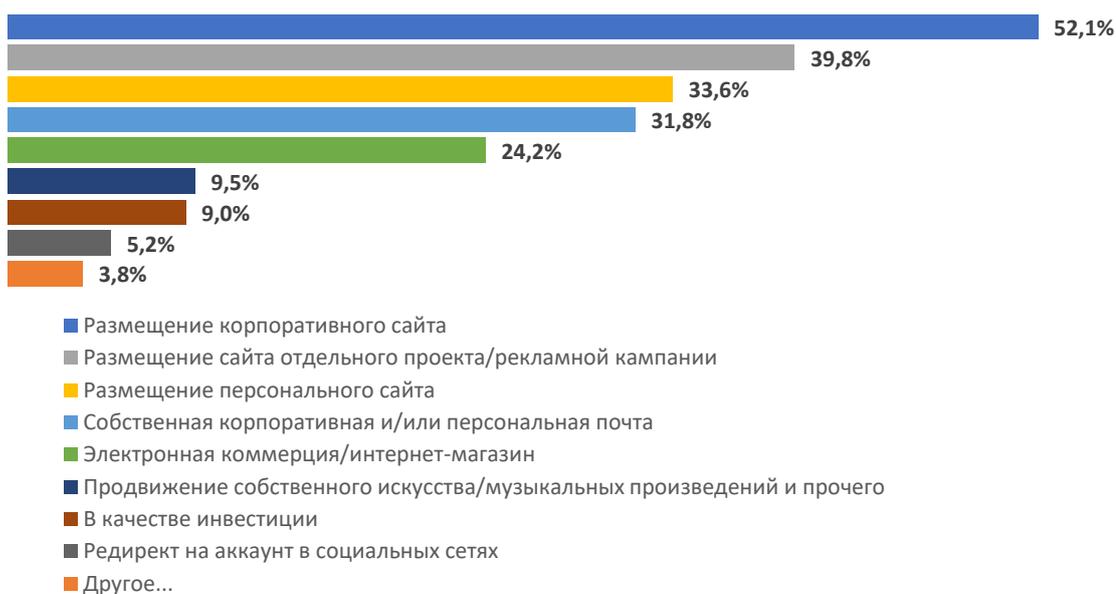


Диаграмма 5: Распределение респондентов по целям регистрации доменного имени (пользователь мог выбрать несколько вариантов ответов)

Опрос показал, что при выборе доменного имени пользователи склонны доводить процесс до конца максимально оперативно. Более половины респондентов (59,2%) указали, что выбрали и зарегистрировали доменное имя они в течение 1 дня. Еще треть респондентов (29,9%) зарегистрировали домен в течение недели.

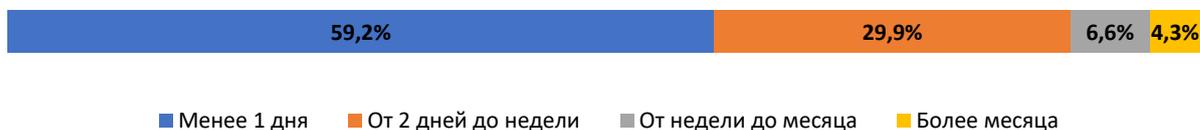


Диаграмма 6: Распределение респондентов по длительности процесса регистрации доменного имени

Среди причин, которые помешали пользователям зарегистрировать домен более оперативно в разных вариантах фигурировали:

- сложность с выбором, собственно, имени или «муки выбора»;
- занятость выбранного домена и поиск новых вариантов;
- необходимость согласования с руководством или бюрократия внутри компании.

Среди факторов, влияющих на выбор респондентами поставщика услуги регистрации доменного имени, лидирует надежность поставщика (65,9%). Второе место респонденты отдали гарантиям защиты персональных данных (48,3%) и наличию оперативной поддержки в процессе регистрации и использования доменного имени (47,4%).



Диаграмма 7: Распределение респондентов по факторам, влияющим на выбор поставщика услуги (пользователь мог выбрать не все варианты оценки)

Наиболее популярной зоной при регистрации доменного имени для российских респондентов традиционно остается домен .RU, наличие опыта регистрации доменов в этой зоне подтвердили 89,6% респондентов. На втором месте твердо держит позицию популярнейший мировой домен .COM (39,8%).

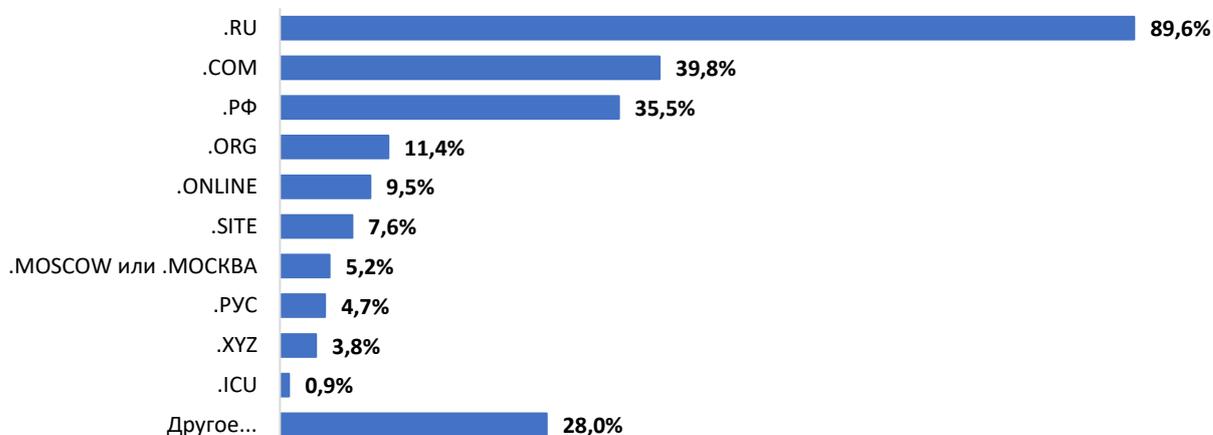


Диаграмма 8: Распределение респондентов по наличию опыта регистрации доменных имен в различных зонах (пользователь мог выбрать несколько вариантов ответов)

Основным фактором, влияющим на выбор респондентами зоны при регистрации доменного имени, продолжает оставаться известность для широкого круга пользователей (60,7%). Соперничать с этим фактором может только соответствие тематике ресурса (58,8%). Более трети респондентов (37,4%) не задумываются над выбором доменной зоны, а продолжают использовать привычное для себя доменное пространство.



Диаграмма 9: Распределение респондентов по факторам, влияющим на выбор доменной зоны (пользователь мог выбрать несколько вариантов ответов)

Тезис приверженности к определенной доменной зоне косвенно подтверждается результатами следующего пункта опроса. Практически половина респондентов (46,9%) указали, в случае занятости выбранного доменного имени, они в первую очередь будут рассматривать возможность регистрации другого имени, но в этой же доменной зоне.



Диаграмма 10: Распределение респондентов по действиям в случае, если первоначально выбранное доменное имя оказалось недоступным

Респонденты, выбравшие вариант Другое, сообщили, что они готовы:

- выкупить доменное имя у текущего администратора;
- обратиться в суд;
- параллельно рассматривать все доступные варианты и выбрать оптимальный.

В завершении опроса 63,0% респондентов подтвердили, что в процессе выбора доменного имени они использовали какие-либо сервисы для подбора имени, получения идеи и/или вариантов доменного имени. Причем почти треть респондентов (29,9%) сообщили, что такой инструмент оказался для них очень полезным.

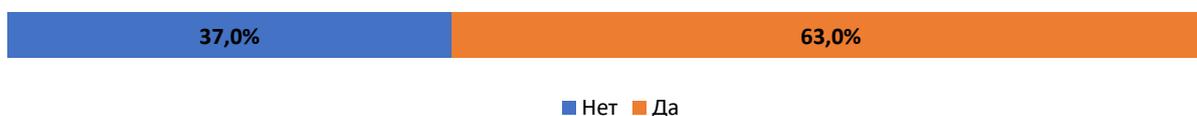


Диаграмма 11: Распределение респондентов по использованию сервисов подбора доменного имени

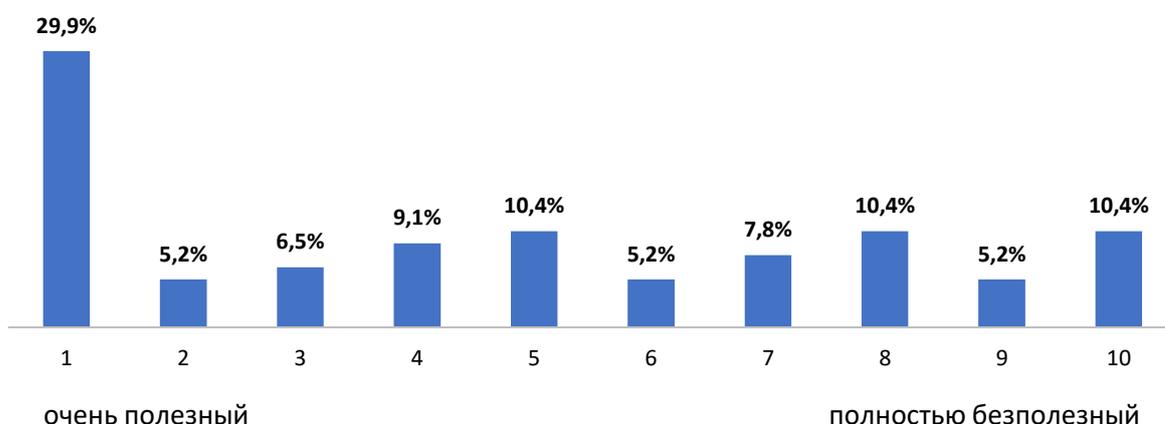


Диаграмма 12: Распределение респондентов по степени удовлетворенности использованным сервисом подбора доменного имени

По итогам проведенного исследования можно сделать следующие выводы:

- большинство респондентов имеют опыт регистрации доменного имени для собственных или корпоративных целей, и процесс регистрации оценивают, в целом, как не сложный и помощь и/или дополнительная информация в этом вопросе им не нужна;
- среди наиболее полезных источников информации, необходимой при регистрации доменного имени названы компании-регистраторы доменных имен, другие поставщики услуг (веб-студии и хостинг-провайдеры) и общая информация, найденная в сети;
- большинство респондентов регистрируют доменные имена для размещения корпоративных сайтов или сайтов самостоятельных проектов/рекламных кампаний. При это не все из них используют при этом домены для организации собственных почтовых адресов;
- подавляющее большинство пользователей отводит на выбор и регистрацию доменного имени от 1 дня до недели; основные причины задержек: занятость выбранного доменного имени и необходимость поиска новых вариантов, а также необходимость согласования внутри компании, что актуально для корпоративных ресурсов;
- основными факторами, влияющими на выбор поставщика услуг, является его надежность, гарантия защиты персональных данных и оперативное реагирование на вопросы пользователей;
- пользователи склонны останавливать свой выбор на зонах, которые хороши известны широкому кругу, а также привержены привычному выбору;
- со стороны пользователей востребованы сервисы подбора доменного имени.