



RESTARTYOUCLUB

Актуальные тренды потребительского поведения- 2018: чем живут современные потребители?

Елена Пономарева
к.э.н., член Гильдии Маркетологов,
Научно-исследовательская компания
«Лаборатория трендов»



Санкт-Петербург
27 марта 2018 года

0 спикере



**ЕЛЕНА ВАСИЛЬЕВНА
ПОНОМАРЕВА**

- Кандидат экономических наук (маркетинг)
- Управляющий партнер консалтинговой компании «Форсайт 24»
- Основатель научно-исследовательской компании «Лаборатория трендов»
- Член Гильдии Маркетологов
- Координатор Клуба Гильдии Маркетологов в Санкт-Петербурге
- Директор Научно-образовательного центра маркетинга евразийского сотрудничества СПбГЭУ
- Доцент кафедры менеджмента БГТУ «Военмех»
- Бизнес-тренер ЦНТИ «Прогресс»
- Эксперт ведущих российских СМИ
- Опыт работы в маркетинге и управлении на топовых позициях более 15 лет (ГК «Квартал», Холдинг «АЛАДУШКИН Групп», ГК «Евросиб» и др.)
- Дипломированный психолог-консультант и бизнес-коуч
- Эксперт по рыночным трендам и моделям потребительского поведения
- Эксперт ведущих деловых СМИ

Ключевые компетенции



ponomareva.v.elena@gmail.com
<http://ponomareva.expert>



+7 921 977 01 15



<https://www.facebook.com/ponomareva.expert>
<https://vk.com/ponomareva.expert>

Уход от идеальной красоты (бодипозитивизм и модели plus size)



Уход от идеальной красоты (нестандартная внешность, diversity и «стать своими»)



Уход от идеальной красоты («чем хуже, тем лучше» и влияние мусульманства)



Уход от идеальной красоты (модели 55+, «многолетники» и признание естественного старения)



The Age of the Single Lady (женщины-потребители без привязки к их семейному статусу)

Средний возраст вступления в первый брак:

- 1960 год, 23,9/21,3 (м/ж)
- 2016 год, 27,8/24,6 (м/ж)

DeVries :

- в среднем на 35% больше затраты на продукты питания
- в 2 раза больше – на волосы и косметические средства

Уход от связок «женщина-мама» и «женщина-жена» к связке «женщина-человек»



Теория поколений

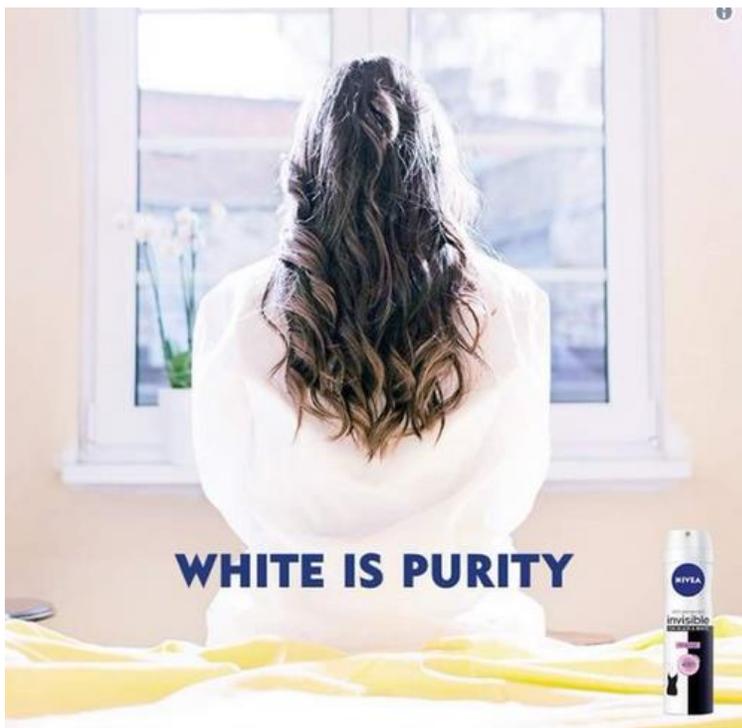
Поколение	Ключевые ценности и мотиваторы
Беби-бумеры (рожденные в 1943-1963 годах) и поколение X (рожденные в 1964-1984 годах)	<ul style="list-style-type: none">• Население в возрасте 50+ стремится сохранить свою активную позицию, работая полный день или имея частичную занятость, в том числе, в удаленном варианте• Возраст ухода на пенсию существенно сдвигается вперед, представители поколений являются активными потребителями товаров и услуг• Доля «седеющих потребителей» в структуре населения и структуре расходов растет, поэтому они должны быть сегментированы не менее тщательно, чем представители других поколений.• Эта группа населения становится не менее значимой аудиторией Интернета и мобильных приложений, чем молодежь
Поколение Y (рожденные в 1985-2003 годах)	<ul style="list-style-type: none">• Ключевые ценности – правильный баланс между работой и жизнью, постоянная мобильность и возможность сделать «свой» выбор, имеют высокие ожидания и запросы• На работе предпочитают постоянное обучение и развитие• Согласно исследованию Harris Group, 72% представителей этого поколения предпочитают покупать не товары или услуги, а эмоции. Основа их лояльности – качественное обслуживание• Игреки все чаще стремятся сбежать от городской суеты из мегаполисов, выбирая необычный и интересный отдых во время отпуска• Один из ключевых интересов – сохранение и поддержание здоровья и хорошей физической формы• Изменение отношения ко времени – склонность откладывать на «когда-нибудь» становится нормой. Например, пауза после обучения в школе перед поступлением в вуз или длительный перерыв в работе (в т.ч. дауншифтинг)
Поколение Z (рожденные после 2003 года)	<ul style="list-style-type: none">• Индивидуалисты, не являются командными игроками (сложно работать в коллективе)• Живут частично в виртуальном мире, не мыслят себя без компьютеров, мобильных телефонов и Интернета• Легко мотивируются увлекательными проектами и быстро достижимыми целями• Деньги в работе важны, но вторичны, т.к. в мотивации преобладает интерес (сложно задержать на одном месте работы)• Стремятся получать по максимуму «здесь и сейчас»



Political consumers



Скандалная реклама



Скандалная реклама

<https://youtu.be/ZITbVQJXI-g>

<https://youtu.be/Pv4U9porwrk>

<https://youtu.be/xD4QH11pAXw>

Кастомизация

www.redcube.ru/personalnye-podarki-dlja-mamy/

Подарки для бабушки
Подарки для дедушки
Подарки на день рождения
Подарки для романтики
Подарки для сезона путешествий
Подарки для малышей и новорожденных
Подарки на новоселье
Подарки на 9 мая
Подарки на день учителя
Подарки на день семьи
Подарки к 1 сентября
Подарки на Хэллоуин с персонализацией
Подарки на Новый Год именине
Подарки на рождение малыша
Подарки на 14 февраля именине
Подарки на 23 февраля именине
Подарки на 8 марта именине
Подарки по профессиям

- Халат банный с именной вышивкой «Фамильный герб» 4500 руб.
- Набор бокалов подарочный с именной гравировкой «Юбилей» 5800 руб.
- Кружка с вашим текстом «Happy Birthday!» 430 руб.
- Часы настенные с Вашим именем «Кошка» 1850 руб.
- Подарочный набор «Секрет» 4000 руб.
- Чашка с вашим текстом «Happy Birthday!» 430 руб.
- Часы настенные с Вашим именем «Кошка» 1850 руб.

https://rubashka-na-zakaz.ru/designer#

1. Дизайн 2. Детали 3. Вышивка 4. Размеры

Добавить в корзину

Ткань Фасон **Воротник** Рукав Манжеты Застежки

Классический стандартный широкий old итальянский old итальянский super широкий широкий mini итальянский button-down стойка под бабочку скрученный mini

4990 руб.

100% хлопок

Отправить нам сообщение

https://store.nike.com/ru/ru_nu/product/air-max-90-ultra-2-flyknit-id?pid=43837&pbid=549019327

ВЕРХ

Черный/Серебристый металлик
Белый/Серебристый металлик
Paramount Blue

ГОТОВО

markopizza.ru/goods/pizza/345

Скидка 50% **Налетай!** до конца осталось 00:00:00

Соберите пиццу сами

300.00 р.

Соберите пиццу

Вес: 890 гр.

Не нашли пиццу которая вам нужна? Вы можете перейти и собрать свою пиццу из ингредиентов которые вам нравятся.

На пышном На тонком

Хочу заказать

Вы можете добавить следующие ингредиенты:

Баклажан +50.00руб.	Бекон +50.00руб.	Брокколи +50.00руб.	Ветчина +50.00руб.	Говядина +60.00руб.
Грибное ассорти +50.00руб.	Ананасы +50.00руб.	Сыр Лор-Блю +75.00руб.	Зелень +50.00руб.	Индейка +60.00руб.
Кальмары +60.00руб.	Красный лук +50.00руб.	Кукуруза +50.00руб.	Мясо курицы +50.00руб.	Лимон +50.00руб.

Online-торговля продуктами питания

Deloitte: в 2017 году 90% продаж продуктов питания в мире приходилось на традиционную розницу. Ожидается, что в 2018 году в США произойдет бум онлайн-торговли продуктами питания, крупноформатная традиционная торговля (brick-and-mortar) будет вынуждена перейти на смешанные форматы click-and-brick. В России на долю продуктов питания приходится 1% онлайн-торговли (данные АКИТ, 1 п/г 2017 года).

Walmart объявил онлайн-торговлю одним из ключевых направлений своего стратегического развития и активно занимается закупкой онлайн-игроков.

Deloitte:

- Walmart – лидер мирового рынка розничной торговли (2001 и 2016)
- Amazon – 6 место в 2016 и 157 в 2001 году, non-store-формат

Основные стимулы роста:

- постоянная занятость населения
- транспортные сложности (пробки)
- удобство и экономия времени
- забота о родителях
- большие заказы
- редкие продукты

Тренды:

- сокращение срока доставки
- click-and-brick упрощает процесс «ловли» покупателей
- развитие омниканальности
- доставка в заданную через смартфон точку
- Drive-up grocery («промежуточные» точки Walmart)
- Небольшие точки от Amazon (молоко, мясо и другие скоропортящиеся продукты)



Теперь не нужно носить тяжести!

Очень удобно, а главное не нужно стоять в очереди!



Retail

Шопинг = Покупки + Развлечения + Отдых + Впечатления + Общение + Гостеприимство

- Showrooming
- Webrooming
- Родители «откупаются» от детей походами по магазинам и подарками
- Memorable in-store experiences
- Из лофт-проектов в торговые центры
- Пункты выдачи
- Фудкорты – быстро и удобно, рестораны – отдых
- AR- и VR-технологии
- Торговые центры становятся «сообществами»
- (stores become communities)
- Wall Mart в США – более 33 млн. подписчиков
- Pop-up объекты
- Приглашенные звезды
- Снятие стресса
- Спорт
- Курсы
- Выставки



ые способы оплаты

инарные тест-драйвы от производителей посуды и оборудования
звлечение, новый опыт и возможная покупка)



Health & Wellness

Deloitte:

- цена, качество и вкус
- health & wellness, безопасность и прозрачность

Nielsen:

- 67% россиян активно следят за своим рационом для предотвращения болезней
- 39% – ограничивают количество сахара и жиров в рационе
- 74% покупателей внимательно изучают состав продуктов питания и напитков перед их покупкой
- около 70% готовы платить дороже за продукты, не содержащие нежелательные элементы

ВЦИОМ: за последние 2 года число занимающихся спортом россиян выросло на 15%

РБК:

- 9,3% занимаются спортом чаще одного раза в неделю
- только 2,5% посещают фитнес-клубы

Уйти от услуг фитнес-клубов в случае падения их доходов готовы 4,8%, а 21,3% готовы переключиться на более дешевый фитнес-клуб



Тренд: brain-body training для поколения X (спорт, перезагрузка, концентрация внимания и др.)



Health & Wellness

- Диетологи
- Фитнес-тренеры
- Healthonism
- Полезные снеки
- Продукты, обогащенные витаминами и жирными кислотами
- Продукты, обогащенные пробиотиками и пребиотиками
- Продукты «без ...»
- Продукты с пониженным содержанием сахара, соли или жира
- Продукты питания для вегетарианцев, веганов и сыроедов
- Суперфуды (ягоды годжи, киноа, чиа и др.)
- Продукты питания с морскими водорослями
- Напитки, заменяющие традиционный кофе (например, «золотой» противовоспалительный латте-напиток)
- Спортивное питание для массового потребления
- Органические продукты
- Травяные чаи



Health

Тренды:

- brain-body training для поколения X (спорт, перезагрузка, концентрация внимания и др.)
- индустрия заботы о престарелых в связи с ростом продолжительности жизни и старением населения – отпуск по уходу (аналогичный декретному), единые платформы для людей, решающих вопросы ухода
- психологическое здоровье становится не менее важным, чем физическое, в благополучной жизни (депрессии, выгорание и др.)
- AR-спортивные залы



Стиль жизни и отдых

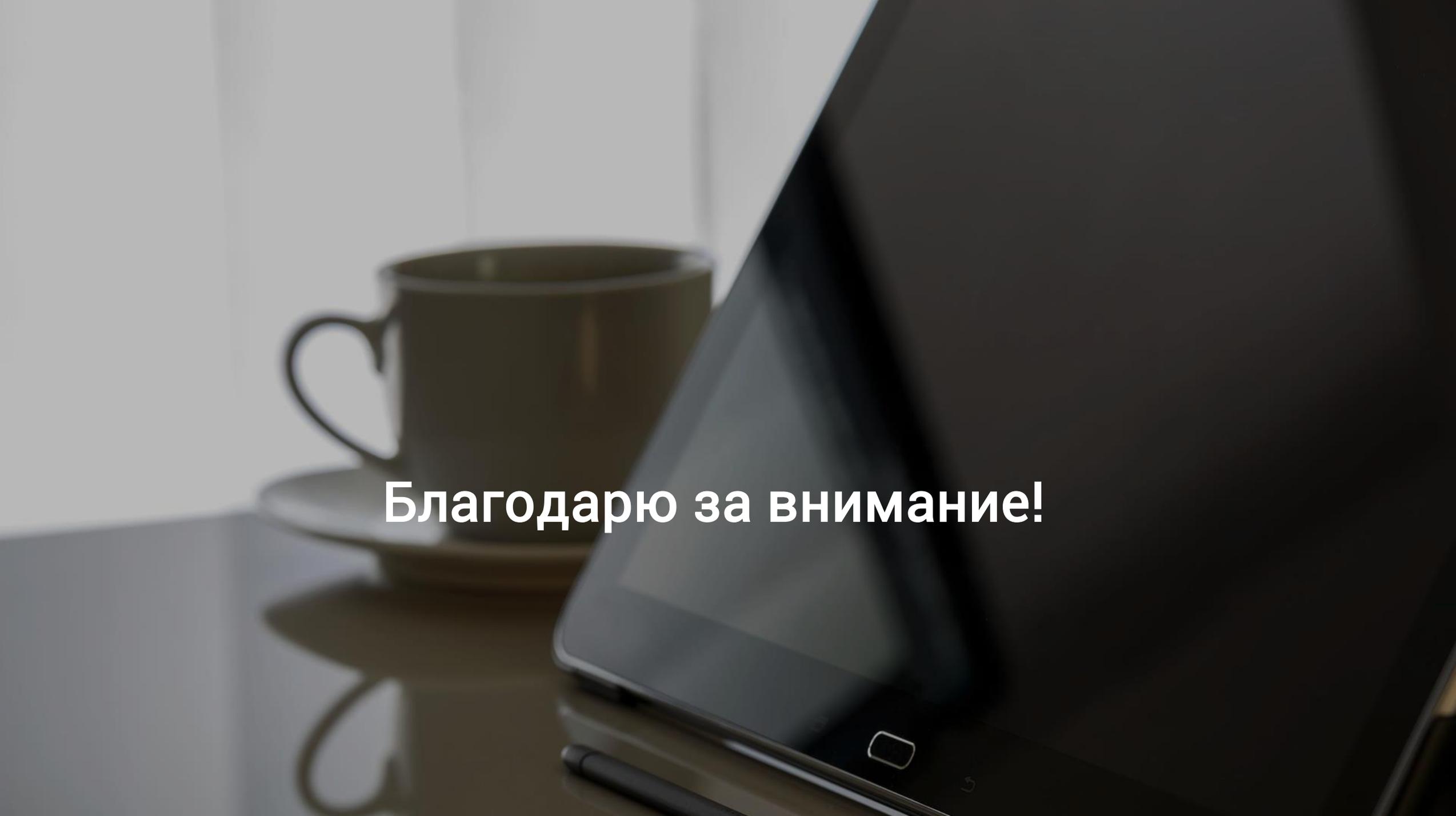
Тренды:

- гонки дронов
- социальные сети как «второй экран» для прямых трансляций (за рубежом 25% смотрят по смартфонам, 36% смотрят телевидение)
- сон снова приобретает свою ценность – им жертвовали в пользу нового стиля жизни, теперь идет обратная тенденция (рост спроса на инновационные товары для сна)
- умная (функциональная) одежда без ущерба для стиля (например, пальто с подогревом)
- приложения для поиска друзей (это становится не менее актуальным, чем поиск пары)
- уход от наличных (США, Зимбабве, Швеция и др. – ограничение приема наличных для минимизации мошенничества, упрощения транзакций, нехватка бумажных денег)
- социальные сети как один из инструментов оценки потенциальных клиентов банков при выдаче кредитов



Возрождение фаст-фуда (назад к истокам – от стандартизации к качеству)



A dark coffee cup on a saucer sits on a reflective surface next to a tablet device. The scene is dimly lit, with the cup and saucer reflecting on the surface. The text "Благодарю за внимание!" is overlaid in white on the tablet.

Благодарю за внимание!