




TREND VISION РОССИЯ. 2019

GAME CHANGERS



The background of the slide is a close-up, slightly blurred image of numerous Russian ruble coins. The coins are silver-colored and feature the Russian ruble symbol (₽) and the word "РУБЛЬ" (RUBLE) embossed on them. The coins are scattered across the frame, creating a textured, metallic background.

ОБЗОР ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ В РОССИИ

GAME CHANGERS



ОСНОВНЫЕ СОБЫТИЯ 2018 ГОДА, ПОВЛИЯВШИЕ НА ЭКОНОМИКУ РОССИИ

Май 2018

Подписан Указ Президента «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года»

Октябрь 2018

Пенсионная реформа 2018-2028

Последовательное повышение пенсионного возраста с 55 до 60-ти лет для женщин и с 60 до 65 лет для мужчин за период 2018-2028 гг.

Ноябрь 2018

Повышение НДС с 18% до 20% с 1 января 2019 г.

ПЛАНЫ И РЕАЛЬНОСТЬ

2018

Текущая ситуация и тренды

После почти десяти лет роста в 2018 г. вновь зафиксировано снижение численности населения в России. Падение естественного прироста в 2017 г. было компенсировано миграцией. Но в 2018 г. разрыв между рождаемостью/смертностью еще больше увеличился и не был скомпенсирован.

Росстат прогнозирует увеличение ожидаемой продолжительности жизни к 2024 году до 77 лет при высоком варианте прогноза; до 75 лет при среднем варианте прогноза; до 73 – при низком. Цели до 2024 года ориентированы на наиболее позитивный из существующих сценариев, который также дает целевые 80 лет к 2030 году.

Рост финансового благосостояния россиян остановился в 2014г. В течение 2015-2018гг доля людей с самой высокой финансовой самооценкой снижалась. Доля людей с самой низкой финансовой самооценкой, напротив, росла.

Показатель финансовой самооценки чувствителен к инфляции, прежде всего для групп с самым низким доходом. В 2018 году инфляция вновь вернулась к росту (4,3% по сравнению с 2,5% в 2017 году). На 2019 г. Банк России прогнозирует уровень инфляции в пределах 5-5,5%. Но к 2020 году ожидается возврат к ~ 4%.

2024

Цели до 2024 года согласно Указу

РАЗРЫВ

Устойчивый естественный роста численности населения РФ; увеличение суммарного коэффициента рождаемости до 1,7



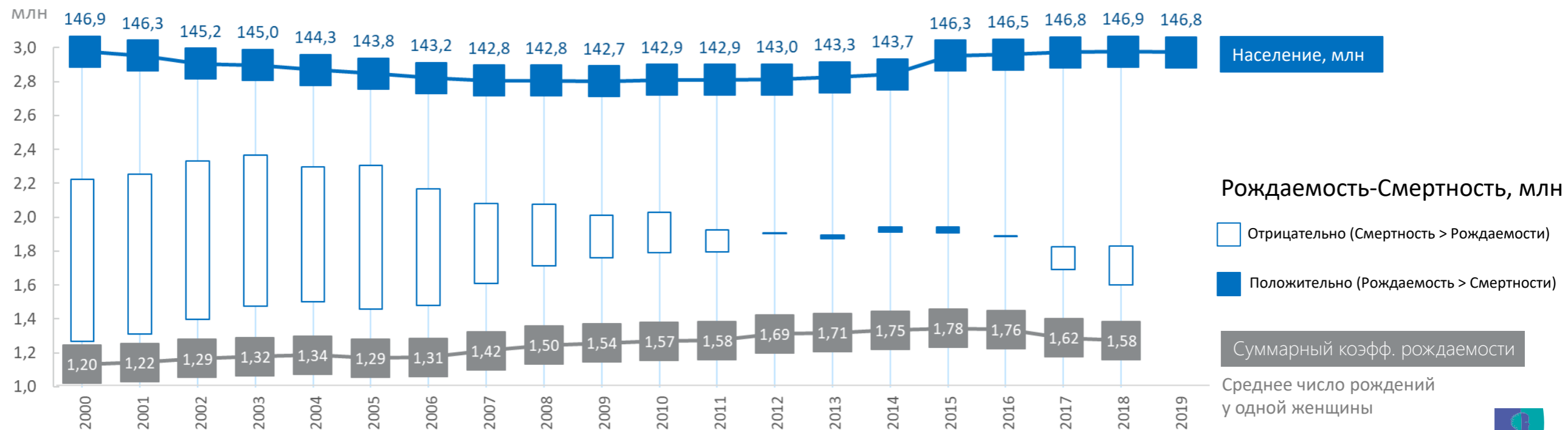
Повышение ожидаемой продолжительности жизни до 78 лет (к 2030 году – до 80 лет)

РАЗРЫВ

Устойчивый рост реальных доходов граждан; инфляция на уровне, не превышающем 4%;

ПОСЛЕ ПЯТИ ЛЕТ РОСТА ЧИСЛЕННОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ СНОВА СОКРАЩАЕТСЯ

После 5-летнего периода 2012–2016 гг., когда рождаемость превышала смертность, в 2017 и 2018 гг. в России снова зафиксирован возврат к естественной убыли населения. По данным Росстата, в 2017-м году это было компенсировано миграцией, но в 2018-м такого не произошло. Пенсионная реформа 2018 года призвана компенсировать сокращение работающего населения.



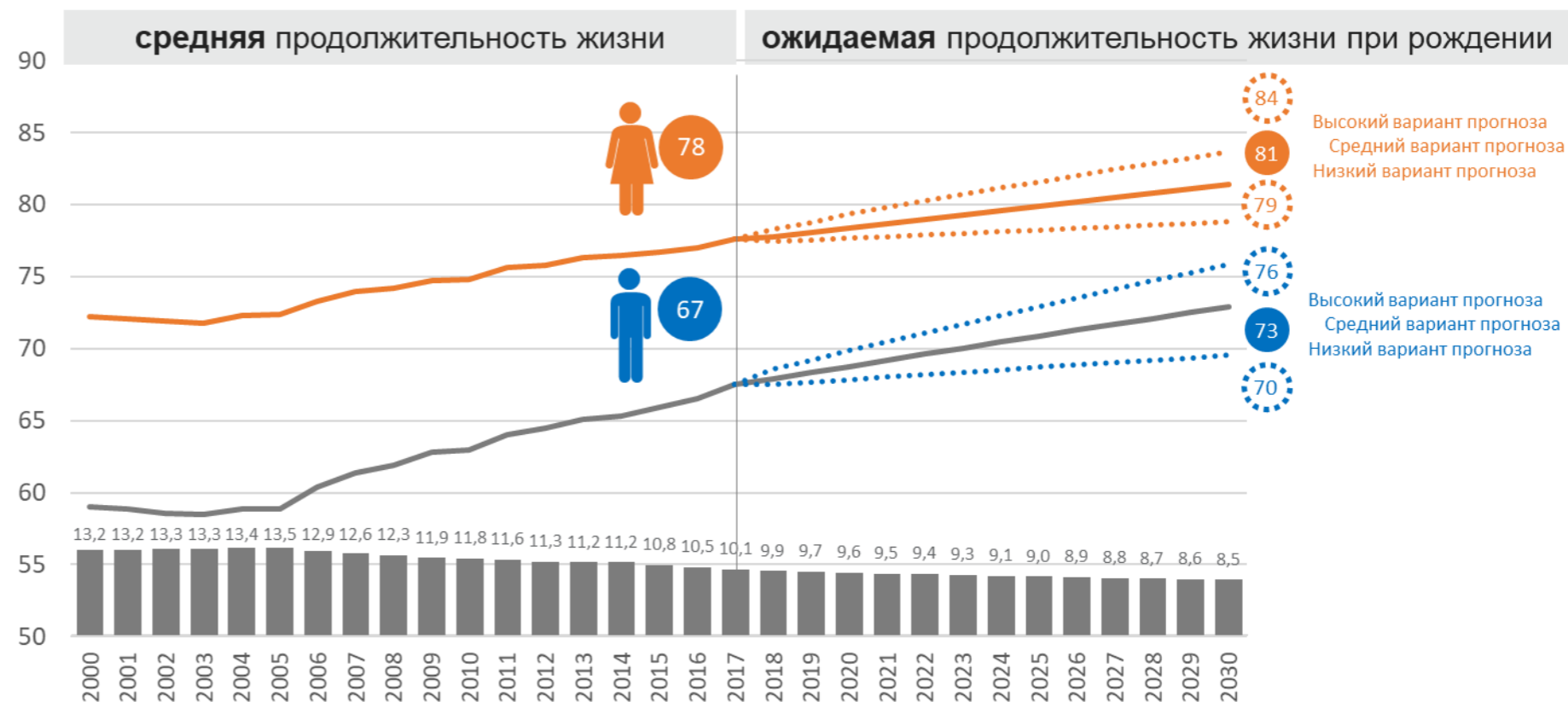
Источник: Федеральная служба государственной статистики (Росстат)
Начиная с 2015 года данные включают население Республики Крым и г. Севастополя

РОСТ ОЖИДАЕМОЙ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТИ ЖИЗНИ

Согласно прогнозу Росстата, ожидаемая продолжительность жизни к 2030 г. окажется в диапазоне 74-80 лет (в зависимости от варианта прогноза). Рост продолжительности жизни стал причиной объявления пенсионной реформы в 2018 г. с постепенным увеличением пенсионного возраста для женщин с 55 до 60 лет и для мужчин с 60 до 65 лет до 2028 г.

Разрыв между ожидаемой продолжительностью жизни у женщин и у мужчин сократился с 13 лет в 2000 г. до 10 лет в 2017-м. Ожидается, что к 2030 году разрыв составит 8,5 лет.

В то же время активное долголетие активно поддерживается на государственном уровне мероприятиями и информационными кампаниями для пожилых людей.



Источник: Федеральная служба государственной статистики (Росстат)

РОССИЙСКАЯ ЭКОНОМИКА ЗАМЕДЛЯЕТСЯ

В начале 2019 г. экономика России замедлилась из-за повышения НДС, которое вынуждает бизнес ограничивать деятельность и снижает внутренний потребительский спрос. По прогнозам Международного валютного фонда (МВФ) ВВП России будет расти только на 1,6% ежегодно до 2024 г. при глобальном прогнозе роста 3,6-3,7%. Цель России войти в пятерку крупнейших экономик мира кажется трудно достижимой без дополнительных мер. По прогнозу МВФ в 2024 году Россия вернется на 12-ю позицию рейтинга стран по номинальному ВВП, на 7-ю позицию при расчета ВВП по ППС.

ВВП (по ППС)

Млрд международных долларов



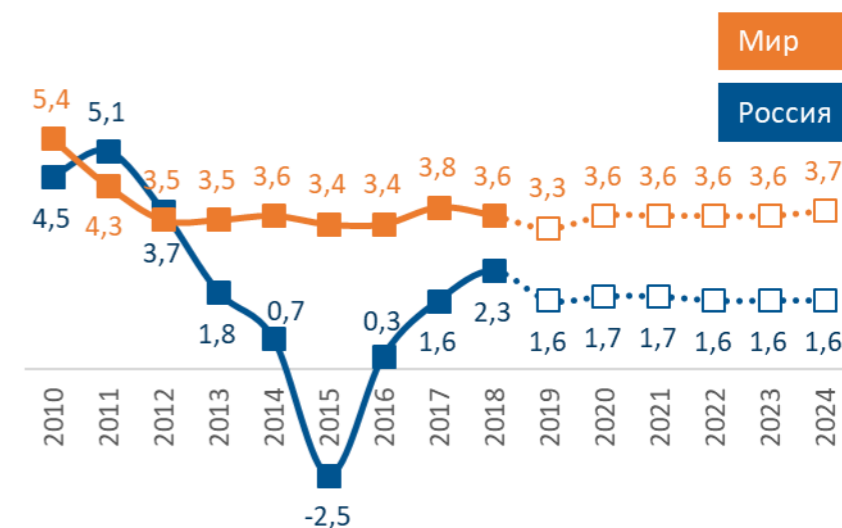
Номинальный ВВП

Текущие цены (млрд долларов США)



Рост номинального ВВП

Ежегодное изменение в %



Источник: Международный валютный фонд (МВФ)

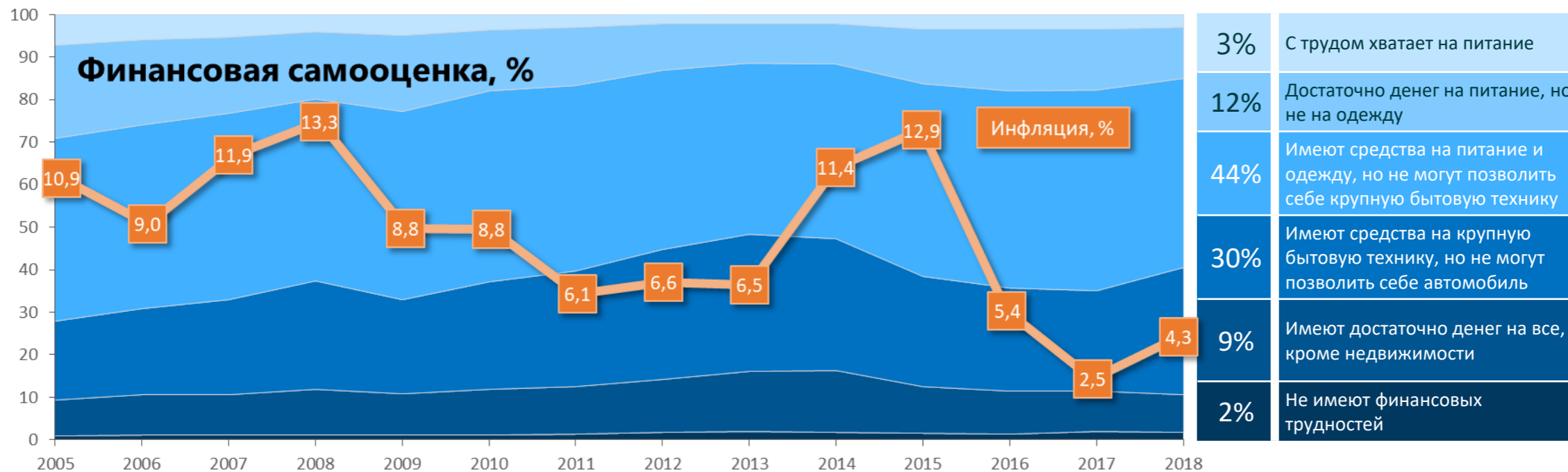
GAME CHANGERS



ИНФЛЯЦИЯ ВЕРНУЛАСЬ К РОСТУ, УГРОЖАЯ ФИНАНСОВОМУ БЛАГОПОЛУЧИЮ

После сокращения в 2015-2017 гг. доля потребителей со средним достатком вернулась на уровень 2014 г. и в 2018-м г. составила 30%.

Финансовая самооценка чувствительна к уровню инфляции, особенно для двух групп с самыми низким уровнем благосостояния – влияние инфляции сказывается с запаздыванием в один год. В 2019-м году Банк России прогнозирует, что уровень инфляции достигнет 5-5,5%. Это может негативно сказаться на благосостоянии потребителей.



Источники:

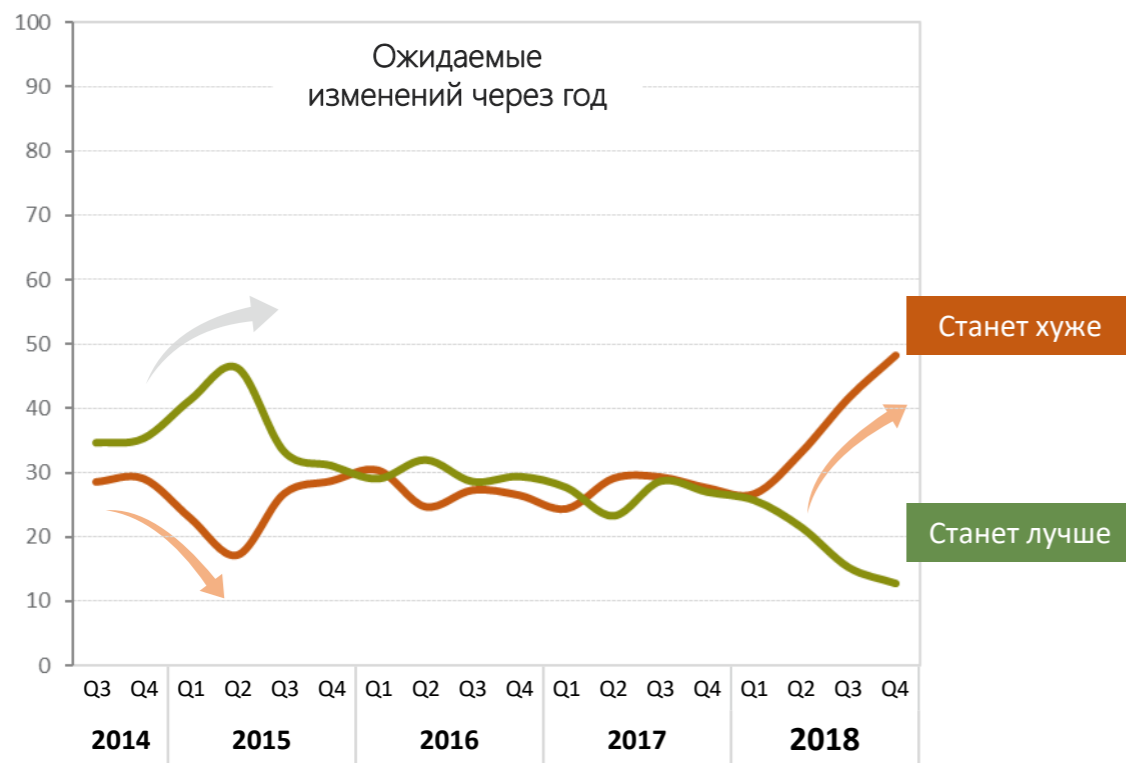
- Финансовая самооценка - Ipsos Comcon. РосИндекс 2005-2018. База – города 100тыс.+, россияне 16-70 лет
- Инфляция – показатель, вычисляемый на основе индекса потребительских цен Федеральной службы государственной статистики

GAME CHANGERS

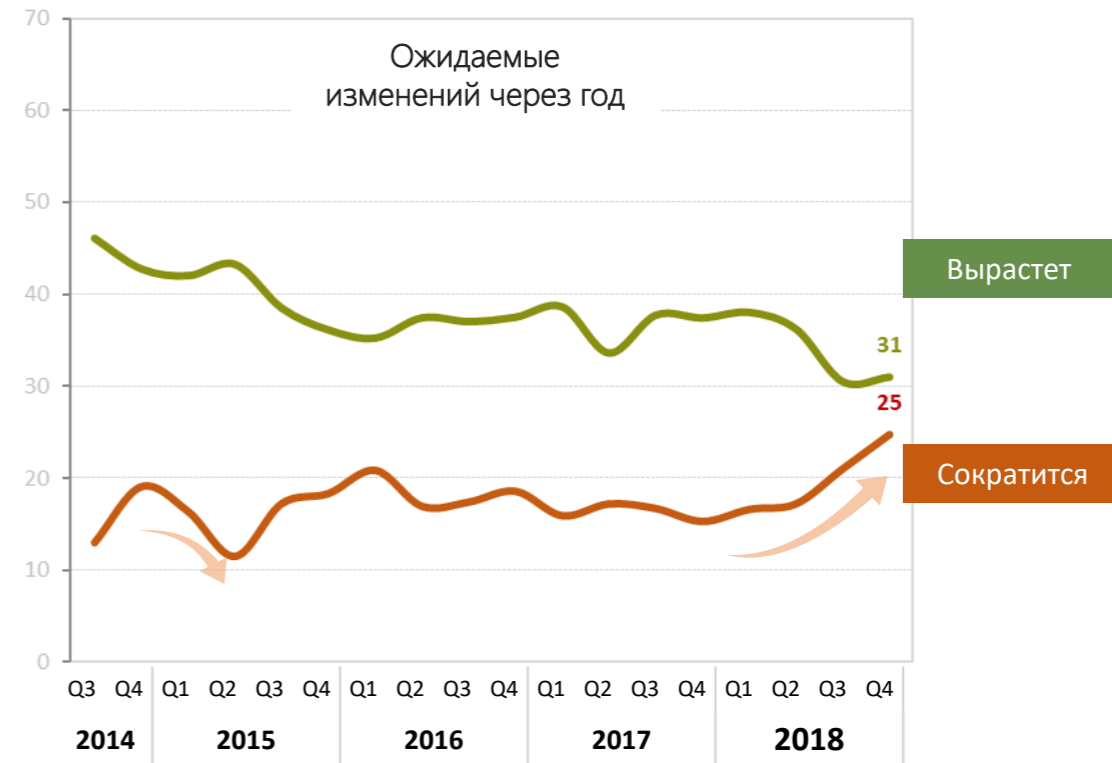


РАСТЕТ ТРЕНД НЕГАТИВНЫХ ОЖИДАНИЙ В ОТНОШЕНИИ КАК ЭКОНОМИКИ В ЦЕЛОМ, ТАК И ЛИЧНОГО БЛАГОСОСТОЯНИЯ

Как изменится экономическая ситуация в России через год? %



Как изменится ваш ежемесячный доход через год? %



ЦЕННОСТИ И УСТРЕМЛЕНИЯ СОВРЕМЕННОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ

GAME CHANGERS



ЦЕННОСТИ И УСТРЕМЛЕНИЯ СОВРЕМЕННОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ

Время

Время стало новой ценностью, людям важна собственная **эффективность**

Эмоции

Люди стали больше заботиться о своем психоэмоциональном состоянии – бороться со стрессом, выбирать то, что помогает оставаться на позитивной волне и **получать удовольствие от жизни**

Ценности и устремления

Спокойствие

Чем старше мы становимся, тем больше у нас ответственности и больше рутины. Слишком быстрые перемены, слишком высокий темп жизни сделали новой роскошью **возможность сделать остановку** в этом непрерывном беге.

Развитие и рост

Люди стремятся развить и восстановить в себе такие качества как эмпатия и доброта. Они ищут позитивных перемен – быть лучшей версией, улучшить мир вокруг. В ответ на эти желания бренды ищут идеи и инновации, чтобы в позитивном ключе изменить нашу реальность и **пробудить в людях человечность**.

GAME CHANGERS



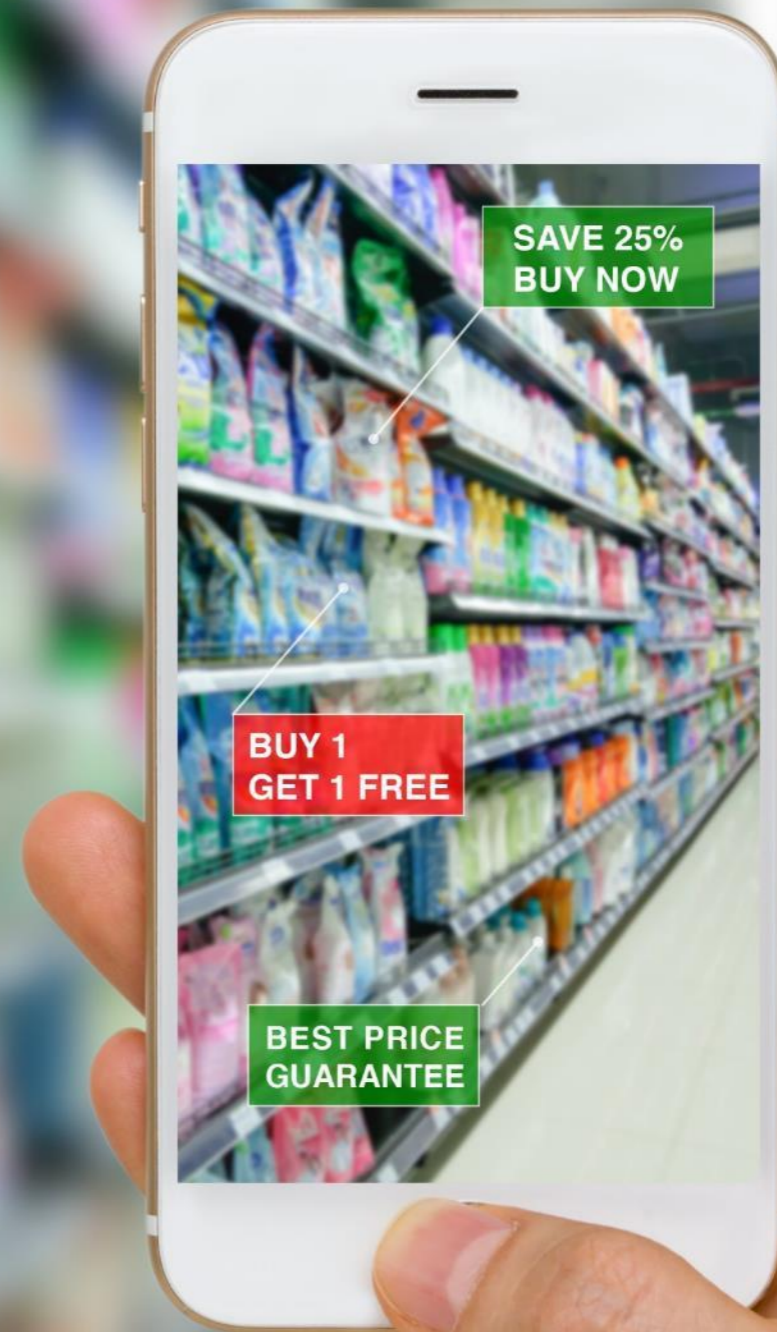
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ТРЕНДЫ



GAME CHANGERS



НОВЫЙ РИТЕЙЛ



GAME CHANGERS



НОВЫЙ РИТЕЙЛ

Стираются границы **между покупками онлайн и оффлайн**. Современный потребитель слишком дорожит своим временем и **слишком привязан к смартфону**, поэтому он выбирает товары онлайн, сравнивая цены, читая отзывы и собирая всю необходимую информацию.

Ритейлеры оказались в ситуации возрастающей потребности в «бесшовных» решениях для клиента. **Незаметность перехода границы между онлайн и оффлайн стала новой «валютой»**, которая может помочь дифференциации розничного бренда.

В идеале омниканальность в ритейле – это возможность покупать онлайн, через приложение или в «каменном магазине». При этом покупатель может выбрать, хочет ли он забрать покупки сам или предпочитает, чтобы их доставили ему по нужному адресу. Также это значит, что он может легко вернуть непонравившийся товар через любой из каналов. Такой формат ритейла подразумевает **абсолютное удобство для покупателя и снижает барьеры к покупке**. В оффлайновых магазинах потребитель может потрогать, осмотреть и оценить продукт (важно для многих категорий), тогда как онлайн дает вовлеченность, доступ к информации и, конечно, возможность удаленной покупки.

Физические магазины тоже меняются – шопинг становится все более эмоциональным. В магазин приходят не просто за покупками, а за общением, развлечениями и удовольствием. Конкуренция с онлайн-ритейлом вынуждает обещать потребителю **уникальный вовлекающий опыт**.

РАЗМЫТИЕ ГРАНИЦ ОНЛАЙН И ОФФЛАЙН ТОРГОВЛИ

Эволюция онлайн-торговли: российские ритейлеры используют модель Dark store (склад-магазин для выполнения онлайн-заказов) для ответа на тренд роста онлайн-покупок и повышения их операционной эффективности.

X5RETAILGROUP

Сканируй и плати: оплата на ходу всего несколькими нажатиями. Решение Scan&Go упрощает мобильные платежи – им может пользоваться практически любой владелец смартфона.



Brick2click

Эволюция служб доставки: крупные агрегаторы создают собственные службы выполнения онлайн-заказов, позволяющие сократить время доставки



Яндекс  Еда

13%

Пользовались приложениями для доставки за последний месяц¹

¹ Ipsos Trend Survey

GAME CHANGERS



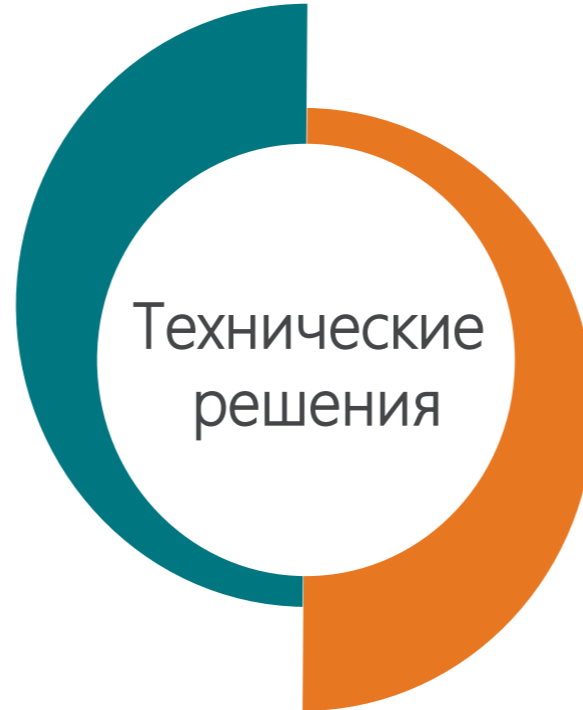
НОВЫЕ СПОСОБЫ ТОРГОВЛИ

S-коммерция

Платформы социальных сетей стремятся поймать тренд электронной торговли и сами становятся торговыми площадками



«ВКонтакте» запустил VK Pay – платформу оплаты товаров и услуг через соцсеть



Технические решения

Бум маркетплейсов

Решения на основе искусственного интеллекта будут все больше роботизировать создание, оптимизацию, классификацию, перевод и распространение продуктового контента. Это нужно делать, чтобы не отставать от тренда растущего запроса потребителей на дополнительную информацию о продукте.



БЫСТРЫЙ И УДОБНЫЙ ШОПИНГ



Микромаркеты и самообслуживание: Смарт-станции самообслуживания прекрасно вписываются в формат жизни с высоким темпом и высокой ценностью здорового питания. Это экономит время покупателя и упрощает процесс покупки.

Прогнозируемый рост микромаркетов в Москве в 2019

с **10** до **1000**¹

Еда на вынос и на ходу

Высокий темп жизни приводит к росту предложений с возможностью покупки «на вынос». Особенно в сегменте продуктов питания и напитков. Современные ритейлеры и HoReCa предоставляют опции «на вынос», удовлетворяющие запрос клиентов к потреблению «на ходу».



Жажда скорости

Постаматы и пункты выдачи

Курьерская доставка теряет популярность, уступая место сервисам Click&Collect – покупатели не хотят тратить время на ожидание курьера, в приоритете более гибкие сервисы. PickPoint и Утконос, к примеру, установили кондиционеры, которые поддерживают нужную для хранения продуктов температуру.

Ежемесячный рост числа пользователей PickPoint в 2018²

150k



GAME CHANGERS



¹ Forbes
² PickPoint CEO

РАЗВЛЕЧЕНИЕ КАК ЧАСТЬ ШОПИНГА



Проведение времени с комфортом

Премиальные ритейлеры делают точки продаж максимально комфортными, чтобы покупатель чувствовал себя расслабленно – островок с кофе, лаунж-зона, где можно спокойно сесть и поразмышлять над выбором «Молескина»



Уникальные фишки

Производитель теплой одежды Canada Goose оборудуют специальные комнаты с низкой температурой, где покупатели могут проверить, насколько комфортно в их парке за \$1,000 при холоде -25C



Retailtainment

Не магазин, а целое сообщество

Точки продаж становятся «клубами по интересам». Здесь люди проводят время, общаются и встречаются единомышленников



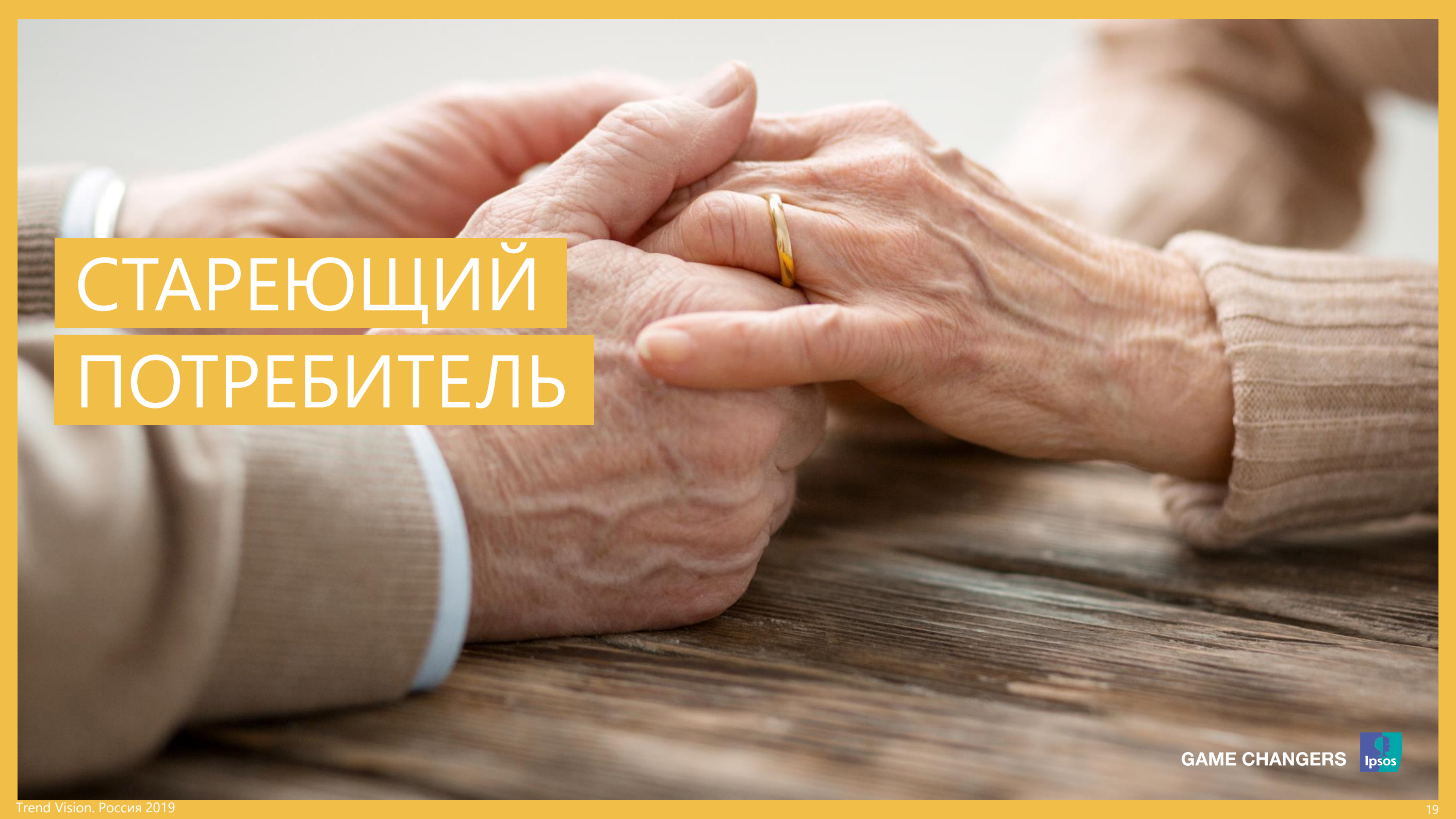
IQOS



51%

Часто ходят в торговые центры для развлечения¹

¹ Ipsos Trend Survey



СТАРЕЮЩИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ

GAME CHANGERS



СТАРЕЮЩИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ

Долгосрочный демографический тренд показывает, что число **людей старшего поколения будет расти** на фоне общего сокращения численности населения.

Сегодня люди живут дольше и активнее. В современном свободном от возрастных стереотипов обществе быть старым совсем не значит, что нужно вести себя «по-стариковски»: **60 это новые 40!** Брендам нужно перестать пренебрегать старшим поколением, нужно оценить дружелюбность своих продуктов для возрастной аудитории и научиться общаться с этой группой. Возрастные потребители могут дольше оставаться лояльными брендам и быть **мощными адвокатами продуктов и услуг.**

Стоит обратить внимание на эту растущую демографическую группу, адаптироваться к их потребностям и ценностям – перестать воспринимать старшее поколение через призму стереотипов и проявить искренний интерес. Они хотят **продолжать наслаждаться жизнью и обладают большой накопленной покупательной способностью.**

РАСТЕТ ВКЛАД ЛЮДЕЙ СТАРШЕГО ВОЗРАСТА В ЭКОНОМИКУ

СТАРЕЮЩИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ

Стирание возрастных границ

В современном обществе, уходящем от возрастных стереотипов, стираются границы возрастных групп. Бренды все чаще приглашают возрастных моделей стать их амбасадорами



Инициативы местных властей по повышению социальной вовлеченности пожилых людей

В столице запущен проект «Московское долголетие», в который уже вовлечены свыше 130 тысяч людей, средний возраст которых 67 лет. Суть проекта в том, чтобы помочь старшему поколению вести активный образ жизни, развиваться и наслаждаться жизнью



Московский
Серебряный
Университет

Влиятельное старшее поколение

Большая совокупная покупательная способность и стремление к самосовершенствованию

Старшее поколение обладает высокой совокупной покупательной способностью. Люди старшего возраста могут зарабатывать день и готовы их тратить. Они путешествуют, ходят по магазинам и занимаются спортом

25% имеют депозиты

11% имеют машину

14% путешествуют по России

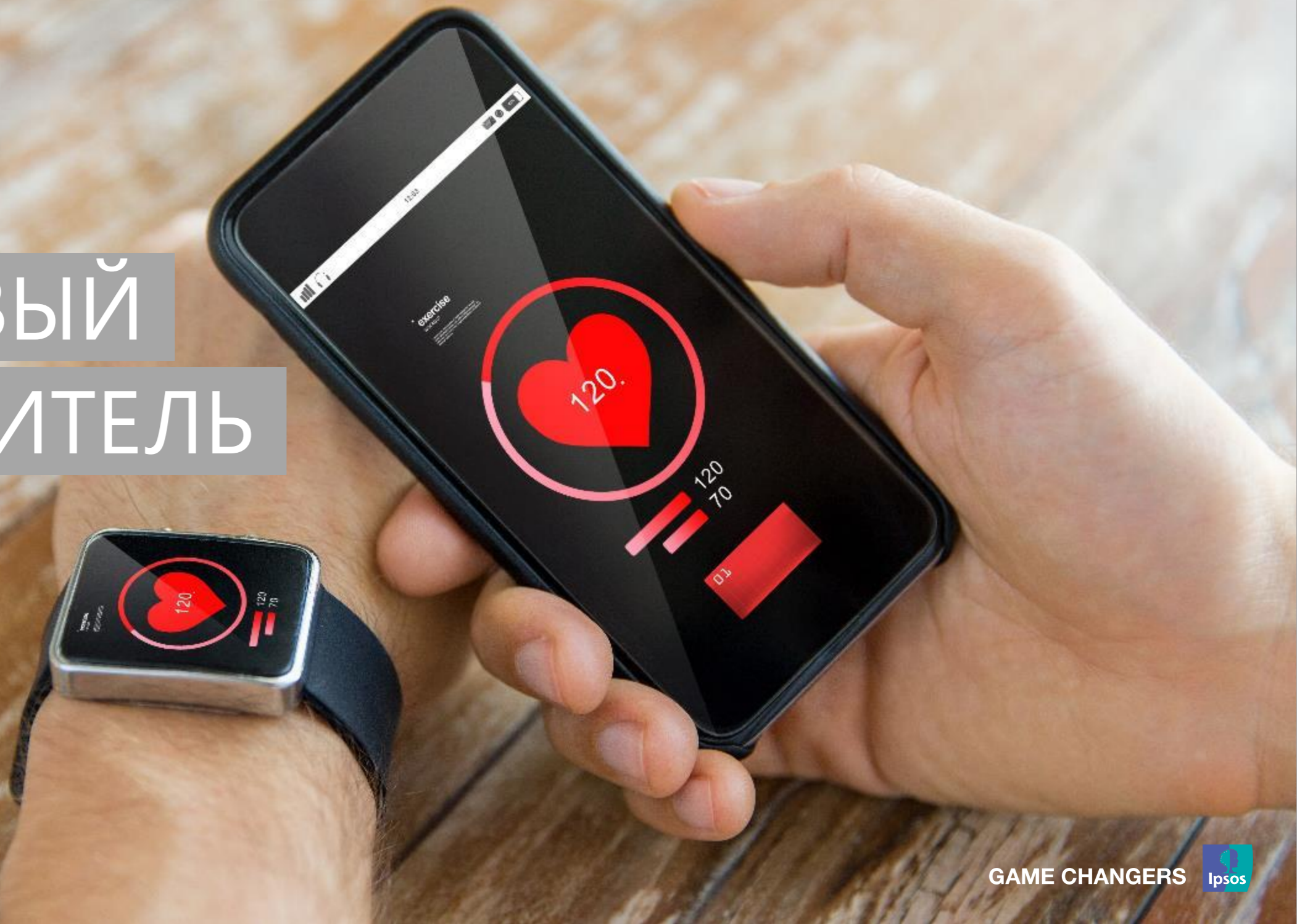


Источник: Ipsos Comcon. РосИндекс 2018

GAME CHANGERS



ЗДОРОВЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ



GAME CHANGERS



ЗДОРОВЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ

Рост материального благосостояние ведет к **росту ценности здоровья**. Из-за быстрого развития технологий, помогающих оперативно получать информацию о состоянии организма, потребитель стал более внимательно относиться к своему здоровью. Уровень ответственности растет, а вместе с ним растет использование систем диагностики и мониторинга. Люди более осознанно относятся к **ранней диагностике и профилактике** серьезных заболеваний благодаря доступности консультаций специалистов независимо от места и времени суток.

Продвинутые системы контроля и мониторинга больше не требуют серьезных усилий и не меняют привычный образ жизни. Смарт-технологии стали частью ежедневной рутины и позволяют одинаково просто контролировать сахар в крови, измерять давление, отслеживать фазу сна и замерять уровень стресса.

Понятие здоровья расширяется – баланс, психическое здоровье и правильное питание стали неотъемлемыми компонентами. **Здоровый образ жизни – это уже не тенденция, а реальность**. Он доступен массовому потребителю и не требует серьезных инвестиций. **Продукты, не содержащие сахара, и безлактозная диета** воспринимаются как новая норма. Растущее число случаев диабета и аллергических заболеваний заставляет людей становиться более осознанными в выборе продуктов питания.

Современный ЗОЖ – это то, что делает жизнь проще **без жертв, давления и серьезных ограничений**. В целом, образ медицины стал более позитивным и четким. И эти перемены делают потребителя более расслабленным, вовлеченным и, как следствие, более восприимчивым к новым здоровым привычкам.

ТЕХНОЛОГИИ ДЕЛАЮТ ПАЦИЕНТОВ

ЗДОРОВЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ

БОЛЕЕ ОТВЕТСТВЕННЫМИ ЗА СВОЕ ЗДОРОВЬЕ

11%

Россиян используют какое-либо устройство для отслеживания показателей здоровья¹

Цифровое здоровье

Носимые устройства, отслеживающие показатели здоровья и физическую активность, помогают удаленно мониторить состояние здоровья и улучшают общее качество жизни



Телемедицина

Телекоммуникации и информация в электронном виде позволяют медицинским технологиям выйти за пределы стандартных медицинских учреждений и делают раннюю/своевременную диагностику более доступной для отдаленных регионов и для вечно занятых «белых воротничков»

 Яндекс Здоровье



Технологии

на 30%

в 2018 году (в сравнении с 2017) увеличилась доля людей, которые пользуются телемедициной²

Рост уровня ответственности за свое здоровье.

Легкий доступ к информации и рекомендациям делает пациента более образованным и проактивным (особенно в возрастной группе 25-34 года) и ведет к появлению устойчивых здоровых привычек вместо кратковременных ограничений. Прогнозы говорят, что по мере того, как благодаря технологиям будут расширяться возможности пассивных, бесперебойных и «бесшовных» мониторингов здоровья, принятие технологий будет экспоненциально расти и проникать во все возрастные группы³



¹ Ipsos Global Advisor 2018

² Forbes

³ Ipsos Connected Health Trends 2018

GAME CHANGERS



ПРАВИЛЬНОЕ ПИТАНИЕ ВМЕСТО ЛЕКАРСТВ

ЗДОРОВЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ

не
moloko

Продукты растительного происхождения

Безлактозные продукты стремительно набирают популярность и становятся доступными не только в премиум сегменте, но и в масс-маркете. Продукты растительного происхождения продолжают свою экспансию во многих категориях



Новая жизнь снэков

Борьба против сахара и жира положила начало новому тренду – тренду «здоровых» снэков, сильно изменив их имидж и структуру категории



Питание

Суперфуды

Использование суперфудов – все еще неизведанная область. Потребителям не хватает информации, где купить, как хранить, приготовить и употребить в пищу эти продукты. Доступность в традиционной рознице довольно низка. Основной канал продаж – специализированные сайты онлайн. Как следствие – развивается домашнее выращивание и производство суперфудов



GAME CHANGERS



Здоровый сон

Люди считают здоровый сон необходимой частью поддержания здорового образа жизни. Они стали уделять больше внимания не только продолжительности сна, но и его качеству, повышая тем самым свою дневную работоспособность и замедляя процессы старения

47% людей младше 39 лет страдает от недосыпа¹



Баланс

46%

уделяют внимание своему психическому здоровью²

Анти-стрессовые практики

Высокий уровень стресса считается одним из главных факторов, влияющих на состояние здоровья. Люди готовы контролировать стресс и бороться с ним. Потребители ищут способы вырваться из гонки жизни, сделать паузу. Поэтому набирают популярность различные практики перезагрузки (медитация и релаксация).



¹ Levada Center

² Ipsos Trend Survey

A dark, smooth, oval-shaped stone rests on a bed of sand. To the right of the stone, the sand is ruffled into concentric, wavy patterns, creating a sense of movement and texture. The overall scene is minimalist and evokes a sense of calm and simplicity.

ПОТРЕБИТЕЛЬ

В ПОИСКАХ ПРОСТОТЫ

GAME CHANGERS



ПОТРЕБИТЕЛЬ В ПОИСКАХ ПРОСТОТЫ

Люди все больше и больше устают от темпа жизни и часто мечтают о том, чтобы их жизнь была проще. Мы ищем простых развлечений, которые **помогают отвлечься от ежедневной рутины**. Мы начинаем ценить простоту в материальных вещах вокруг себя и всячески стремимся упростить свою жизнь и схемы принятия решений.

Сложность выбора становится очень важной проблемой для людей, которые часто чувствуют себя измотанными большими и маленькими проблемами выбора, с которыми они сталкиваются каждый день. Попытка рассмотреть все варианты становится непосильной когнитивной задачей. Поэтому потребители ищут максимально упрощенные варианты и **умные решения, которые помогают им быстрее сориентироваться в обилии доступных вариантов**.

В ответ на это, бренды **предлагают решения для борьбы со сложностью**, быстро и легко делая выбор за клиента. Приложения, гаджеты или эксперты могут принять решение о покупке за нас, помогая отфильтровать неподходящие опции. Гипермаркеты предлагают сервисы, которые собирают «стандартную корзину» и доставляют такой заказ одним кликом, так что покупателю не надо даже думать о покупке. Другая опция – подписка, которая позволяет получить товар, вообще не думая о покупке.

Цифровые инновации упрощают жизнь потребителя и **поддерживают его в его повседневной рутине**. С ростом принятия новых технологий (искусственный интеллект, чат-боты и голосовые помощники), с ростом запроса на удобство и простоту со стороны потребителя, этот тренд будет проявлять себя все сильнее.

ИЗБАВЬТЕ МЕНЯ ОТ МУК ВЫБОРА

Купите за меня: Получить продукты и товары по подписке. Сервис собирает за покупателя его стандартную корзину и доставляет в один клик



Подумайте за меня: "Умный дом", Siri, Яндекс.Алиса – роботы, гаджеты и искусственный интеллект сами подумают за человека

23% Хотели бы иметь умный дом¹



Яндекс представил Яндекс.Модуль, который позволяет управлять умным домом



Автопилот

Сделайте выбор за меня: Попросите эксперта купить вам новую одежду или новую машину по справедливой цене. Используйте приложение, чтобы купить вино, если потерялись в огромном ассортименте



¹ Ipsos Trend Survey

ДЕЛАЙ, ЧТО ЛЮБИШЬ

Относись проще: Люди часто хотят, чтобы их жизнь была проще. Мы ищем «легких» развлечений, мы начинаем ценить простоту

71% предпочитают «легкие» развлечения интеллектуальным

27% ценят простоту и меньше переживают о материальных вещах¹



Сбеги от рутины: Люди высоко ценят свое время и не хотят тратить его на то, что не приносит удовольствия. Они открыты к решениям, которые могли бы помочь им с ежедневной готовкой и регулярной оплатой счетов




32% рост портала «ГосУслуги»



Месячный оборот²
3,5 млн руб.

¹ Ipsos Trend Survey

² The-village.ru



ОСОЗНАННЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ

GAME CHANGERS



ОСОЗНАННЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ

Новые технологии и возможности сделали потребителя более осознанным – **потребитель начал беспокоиться об ответственности производителя.** Потребитель ждет, что современные компании будут вести производственный процесс экологично, не оказывая негативного воздействия на окружающую среду. Выбор «эко-бренда» – это не требующая огромных усилий возможность для потребителя принести свой вклад в улучшение экологической ситуации. Уважения заслуживают «зеленые» бренды; даже те, кто делает маленькие шаги по **минимизации пластиковой упаковки** через продажу продуктов в тару потребителя или предлагая бумажный пакет вместо сделанного из полиэтилена.

Потребители все чаще **задумываются о личной ответственности.** Растет вера в то, что каждый человек может внести свой вклад в решение глобальной проблемы. Потребитель стал более осознанным – **больше заботится о своем благополучии и о будущем,** чем о получении мгновенных удовольствий и демонстрации своего материального достатка.

Развитие экономики совместного потребления – хороший пример общественной сознательности, когда люди руководствуются не только сохранением паттернов потребления, но и стремлением к сознательному использованию природных ресурсов, что делает лучше и мир в целом, и каждого человека в нем.

Благотворительность, доброжелательность и человечность – вот новые устремления современного потребителя.

ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ОСОЗНАННОСТЬ

ОСОЗНАННЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ

Переработка: многие крупные ритейлеры начали собирать для переработки твердые отходы, такие как батарейки, пластиковые бутылки, банки, лампочки, текстиль. Текстиль часто принимают в обмен на скидку.



Борьба с пластиком: отвечая на проблему загрязнения планеты пластиковым мусором, производители и ритейлеры стараются свести к минимуму использование пластиковой упаковки. Почти все ритейлеры отказались выдавать бесплатные пластиковые пакеты, предлагая вместо этого бумажные пакеты или многоразовые эко-сумки.



Эко'
ОСОЗНАННОСТЬ

Сортировка мусора: активное продвижение необходимости сортировки мусора через правительство, бизнес и НКО с целью повышения социальной ответственности потребителя – образовательные и вовлекающие активные флешмоб и промо кампании



75%

Готовы сортировать мусор, если будет организованы контейнеры для раздельного сбора

¹ Ipsos Trend survey

GAME CHANGERS



ЦЕЛОСТНАЯ ЛИЧНОСТЬ

#ЩЕДРЫЙВТОРНИК



МОСВОЛОНТЁР

Благотворительность и волонтерство

Благотворительность превращается из разовой адресной помощи в культуру регулярного пожертвования, часто с использованием технологий и автоматизации. Волонтеры воспринимаются уже не как бесплатный труд, а как люди с миссией помогать другим

34% Участвуют в благотворительности¹

В 2018 году число волонтеров в России выросло

с **7 mln** до **14 mln**

Эволюция сервисов избавления от ненужных вещей: Отвечая на желание потребителей освободить свои дома, растет рынок «гаражных распродаж», продажи подержанных вещей и складов временного хранения для физических лиц. Большинство сервисов готовы приехать на дом, чтобы забрать вещи и даже упаковать по желанию клиентов. Желание избавиться от ненужных вещей заставляет людей обращаться к классифайдам, которые теперь предоставляют финансовые гарантии сделок.

Чердак

32 mln Avito

Ежемесячный трафик

Лучшая версия меня

Совместное потребление: Начавшись с обмена одеждой, книгами, музыкой и фильмами, экономика обмена развивается в сторону совместного пользования транспортом, домами и офисами. Люди считают, что такой подход ведет к более эффективной и экологичной жизни



Рост автопарка BelkaCar

с **100** до **1150**

GAME CHANGERS



¹ Ipsos Trend survey

ТЕХНОЛОГИЧНЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ



GAME CHANGERS



ТЕХНОЛОГИЧНЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ

Потребители стремятся минимизировать взаимодействие с любыми бюрократическими структурами или государственными организациями, **одновременно желая контроля и прозрачности процессов.**

Онлайн-взаимодействие между различными участниками (пользователь-пользователь, бренд-пользователь, лидер мнений-пользователь) **сокращает необходимость личного присутствия, уменьшает число посредников и исключает наличные средства** из цепочки обработки запроса за счет особенностей цифровой среды – прозрачности, скорости, авто-сохранения истории взаимодействия.

Российская интернет-аудитория имеет высокий уровень доверия к различным технологическим инновациям, но при этом, **имеет низкий уровень озабоченности правовыми нормами и скоростью технологического развития.** Рост позитивного отношения к новым технологиям, поддерживаемый использованием Big Data, стимулирует развитие цифровых продуктов и услуг p2p.

ДОВЕРИЕ К ТЕХНОЛОГИЯМ ПОМОГАЕТ

БЫТЬ БОЛЕЕ ОТКРЫТЫМ К НОВЫМ СЕРВИСАМ

Дистанционное обучение, онлайн-курсы и обучающие видео: онлайн-образование различного формата привлекает внимание и вовлекает большое число представителей различных аудиторий. Интернет-рынок дополнительного образования в России в 2018 году превысил 1 млрд руб¹. Тренд включает в себя как серьезные образовательные платформы, так и непрофессионалов, которые снимают простые и забавные видеоролики по разным темам (рукоделие, макияж, кулинария и т. д.).



Big data и персонализированные предложения: владельцы больших данных и специализированные IT-компании разрабатывают промо-предложения, основанные на поведении пользователя в Интернете. В октябре 2018 г. Мегафон, Mail.ru, Яндекс, Тинькофф-банк и oneFactor создали Ассоциацию участников рынка больших данных. Размер рынка составляет около 10-30 млрд руб.



Фоксфорд

Дистанционное обучение для детей (подготовка к ЕГЭ)

skyeng

Языковая школа



ACCEL
АКСЕЛЕРАТОР ОНЛАЙН-ШКОЛ

Акселератор онлайн школ



CleverDATA

Segmento

(ONE) FACTOR

Технические компании, специализирующиеся на создании решений на основе Big Data

GAME CHANGERS



¹ Sostav.ru

² Издательский дом Коммерсантъ

ВЛИЯТЕЛЬНЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ

GAME CHANGERS



ВЛИЯТЕЛЬНЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ

Блогеры и селебрити становятся все более влиятельны в медиа среде. Пользователи обращают на них больше внимания, чем на бренды.

Рекомендации знаменитостей о товарах, местах и услугах очень популярны, однако уровень доверия к этим рекомендациям значительно снизился. **Топ-блогеры и знаменитости достигли статуса традиционных медиа-каналов**, которые в основном повышают информированность о бренде, но не увеличивают вовлеченность в бренд и доверие к нему.

Маркетинг влияния включает в себя привлечение **нишевых лидеров мнений с меньшим числом подписчиков** и фокусом на конкретной теме (что помогает сохранить нативность продвижения).

Большим спросом пользуются «органические» обзоры, сделанные обычными потребителями. При выборе различных видов товаров потребители активно обращаются к онлайн-обзорам плюс сами часто пишут отзывы на товары и услуги. Для многих это стало хобби или даже профессией. Активно пишущие обзоры есть во всех группах – по полу, возрасту и доходам, начиная с пятилетних детей.

КАМПАНИИ В СОЦСЕТЯХ, ОСНОВАННЫЕ НА МАРКЕТИНГЕ ВЛИЯНИЯ

ВЛИЯТЕЛЬНЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ

Проплаченные посты инфлюенсеров, как основная часть промо-кампании: повышающие узнаваемость промо-посты у ведущих блогеров стали неотъемлемой частью многих кампаний в самых различных сферах (от автомобилей до моды). Особенно в сегменте товаров, где запрещена прямая реклама.

Вирусная активация/конкурсы, поддерживаемые инфлюенсерами: Промо-акции, объединяющие посты инфлюенсеров и вовлекающие механики для аудитории являются более эффективными и повышают не только узнаваемость бренда, но и связь с ним.

IQOS BELUGA NOBLE RUSSIAN VODKA L'ORÉAL PARIS

Влиятельный потребитель

Стимулирование написания обзоров после использования продукта: Некоторые бренды начинают работать напрямую с потребителями, мотивируя их оставлять отзывы после использования пробных образцов продукта



Кампания Lays с Ольгой Бузовой и другими звездами



«Недельный водопой» с Сергеем Шнуровым



Проект «Следуй за древними секретами» от Colgate

82%

Доверяют онлайн-отзывам реальных покупателей¹



Подарок за отзыв на сайте

¹ Ipsos Trend survey

GAME CHANGERS



ОПИСАНИЕ IPSOS TREND SURVEY





TREND VISION РОССИЯ. 2019

GAME CHANGERS

