



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ

ВЫСШАЯ ШКОЛА МАРКЕТИНГА И РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

«Россияне-2015»

Близость к потребителю, что может быть актуальней

Татьяна Комиссарова,
Декан Высшей школы маркетинга и развития бизнеса
НИУ ВШЭ

«Крах потребления» и смогут ли россияне жить по средствам

«Индекс экономической надежды» россиян
(Gallup International | WIN)

2014 г. «Будет годом процветания» – 11% опрошенных

2015 г. - 21% опрошенных.

- «Реальность оказалась не настолько страшной, как в 1990 гг.» считает гражданин среднего возраста
- Произошла «внутренняя мобилизация», потребители понимают, в какой точке они оказались и что делать

А.Милехин, РОМИР

«Крах потребления» и смогут ли россияне жить по средствам

- В декабре 2014 г более 40% населения под влиянием обвала рубля и разгона инфляции осознали ситуацию, обвалились показатели потребительских, финансовых и социальных настроений (Левада-центр)
- Россияне урезали расходы на кафе-рестораны, развлечения, на отдых. 60% респондентов пытаются экономить на повседневных расходах (Sberbank Investment Research)

«Крах потребления» и смогут ли россияне жить по средствам

- В 2015 г. реальные располагаемые доходы населения снизятся на 7%, закредитованность населения влияет на покупательскую способность (Минэкономразвитие)
- Потребительский спрос основанный на росте доходов и потребительском кредитовании «исчерпал свою роль» (Э.Набиуллина, глава ЦБ).

"Новые бедные" 2015», как сделать их счастливее?



После увольнения менеджер по продажам Иван Семенович оказался не в состоянии оплачивать счета Водоканала

www.ekyka.ru

"Новые бедные" 2015», как сделать их счастливее?

Начиная с 2000 г.
сформировалось новое
поколения 35-летних с
особым

«мышлением роста»

и специфическим
набором компетенций,
которые приносили
профессиональный и
личный **УСПЕХ**



"Новые бедные" 2015», как сделать их счастливее?

Это жители крупных
крупных городов России

Период стагнации
экономики приведет
к снижению, доходов
и ожиданий



"Новые бедные" 2015», как сделать их счастливее?

УСПЕХ для них является индикатором самоактуализации, которая проявляется как **«ИГРА»** с продуктом



"Новые бедные" 2015», как сделать их счастливее?

ИГРА может выражаться как в обладании технологически новым гаджетом, так и в стремлении заменить «не модный», устаревший, с их точки зрения



"Новые бедные" 2015», как сделать их счастливее?

Для поддержания **УСПЕХА** нужно покупать и покупать, а свободных денег нет



"Новые бедные" 2015»: Сценарии потребительского поведения

Мы гордые, но бедные

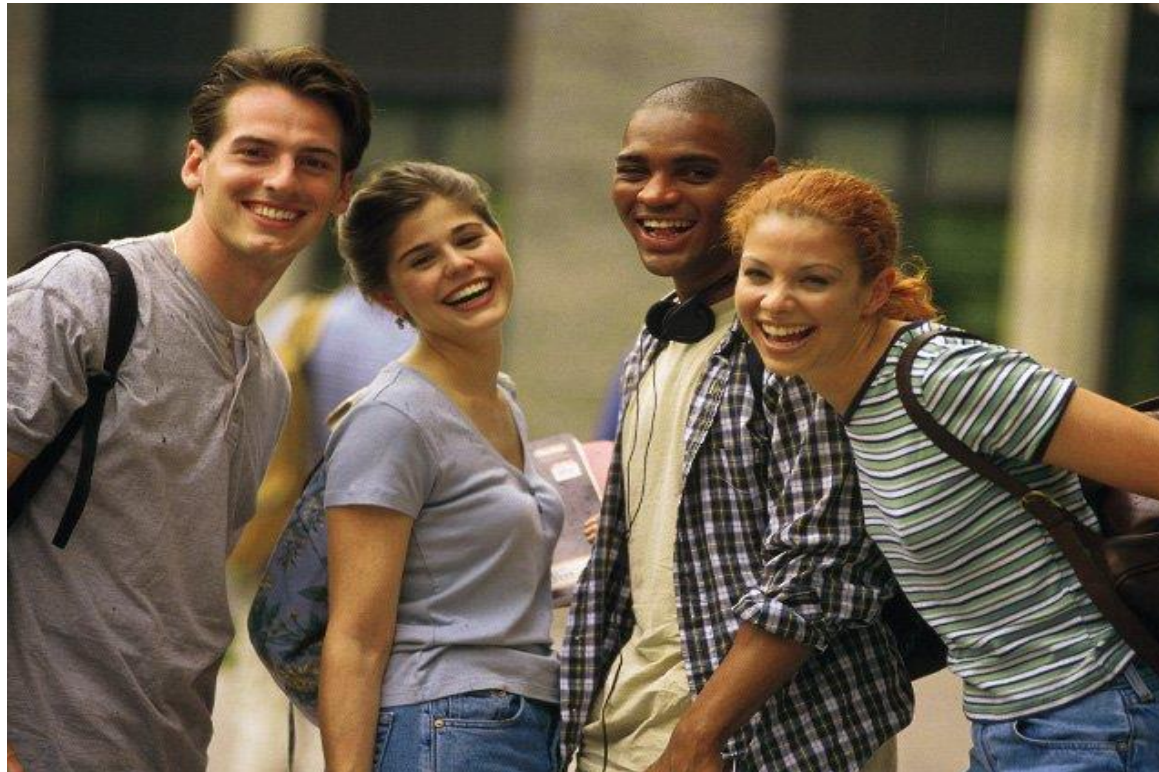
Покупаем все по низкой цене!



"Новые бедные" 2015»: Сценарии потребительского поведения

Как я жил в студенческие годы!

О, я был сметлив и экономил!



"Новые бедные" 2015»:

Сценарии потребительского поведения

Как я пережил кризис 2008 г.

«Нужно запастись гречкой и спичками!»



"Новые бедные" 2015»:

Сценарии потребительского поведения

Лайфхакинг (Life hack) , как стиль жизни.
Философия лайфхакеров - «обойти» правила жизни, найти более эффективное решение любой задачи



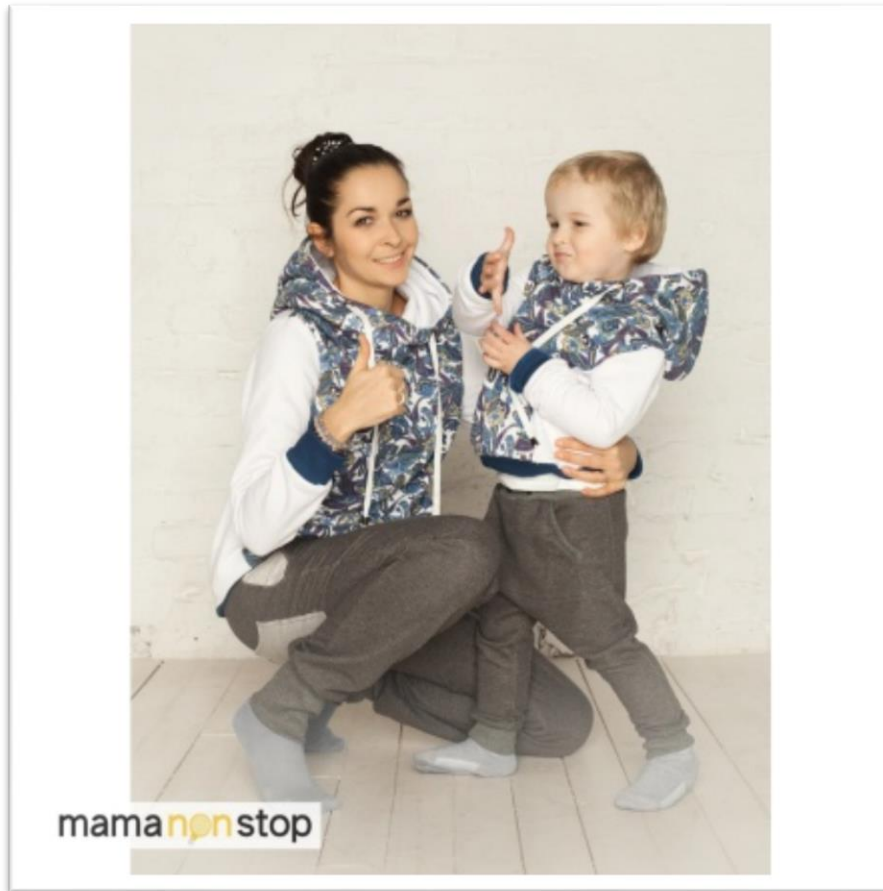
"Новые бедные" 2015»: Сценарии потребительского поведения

Хобби, как основной заработок или подспорье!



**"Быстрее, дешевле, лучше!" -
предлагайте те продукты,
которые действительно нужны
потребителю**

Трендовые истории



Главная идея - одежда для малышей и их родителей в едином стиле
(<http://mamanonstop.ru>)

Контент-истории, воплощенные в лицензионные продукты



Создание продукта для себя



Органик Шоп

(<http://www.organic-shops.ru/>) .

Органическая косметика,
возможность создания
индивидуального продукта под себя –
шампунь бар, соль для ванн)



Решения и продукты для домохозяйств



Товары для хобби



Товары для семьи



Потребительские роли россиян (2014 г.)

Дайте мне решения, чтобы продемонстрировать свое отношение близким

Безопасность и Одобрение



Заботливая мать и жена

Я хочу знать качество продуктов, которые покупаю

Качество и Обучение



Вдумчивый покупатель

Я ощущаю себя значимым и современным

Мода и уверенность



Любитель брендов

Я иду по пути наименьшего сопротивления

Удобство и время



Импульсивный последователь

Мне должно быть удобно

Взаимодействие и правильный выбор



Следующий за трендами

Я предпочту двигаться вперед, а не стоять на месте

Интерес и самовыражение



Продвинутый экспериментатор

Дайте мне современные решения для активной жизни

Активность и здоровье



Современный активный человек

Дайте мне лучшее решение по наилучшей цене

Ценность и вознаграждение



Охотник за выгодой



ВЫСШАЯ ШКОЛА МАРКЕТИНГА И РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

КОНТАКТЫ:

Москва, ул. Малая Ордынка, дом 17
+7 (495) 959-45-52 | market@hse.ru
www.marketing.hse.ru