



РЕГИОНАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ: НА ВОЛНЕ ИНТЕРЕСА

Лариса Щипанова

Руководитель Департамента бизнес-аналитики,
маркетинга и коммуникаций НСК

В новой экономической конфигурации значимость работы с регионамикратно повышается

- 01 Развивается частный бизнес и растёт промышленное производство
- 02 Растут благосостояние потребителей и потребительская активность
- 03 Запускаются крупные инфраструктурные проекты
- 04 Развивается туризм
- 05 Развиваются креативные индустрии

При этом:

- региональным маркетингом всерьёз занимается ограниченное число брендов
- в зависимости от региона существенно отличаются экономические индикаторы, новостная повестка и паттерны поведения аудитории
- мы довольно мало знаем о поведении локальных потребителей



ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ПО РОССИИ И ОКРУГАМ — В ПОЛОЖИТЕЛЬНОЙ ЗОНЕ

Объём платных услуг населению

Январь – октябрь 2023/2022¹

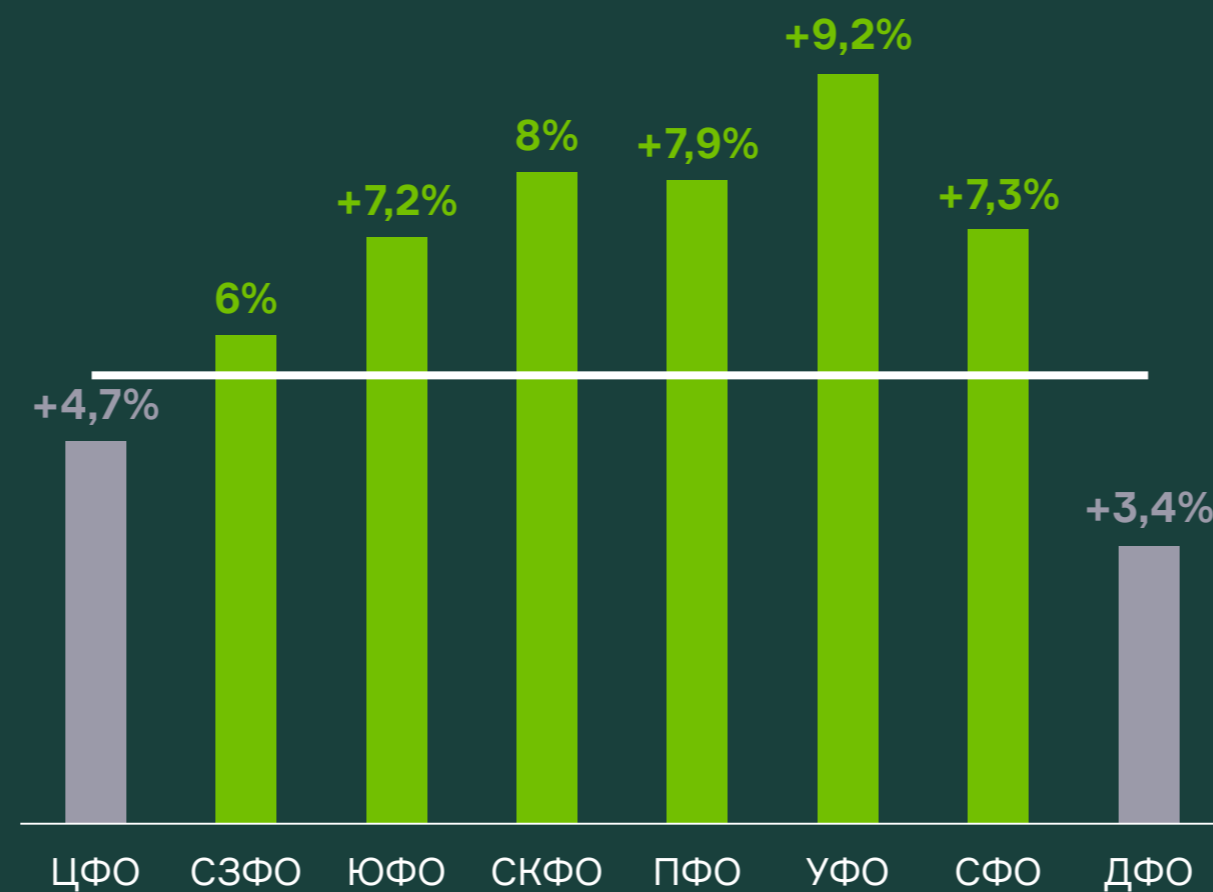
Россия +4,3%



Оборот розничной торговли

Январь – октябрь 2023/2022¹

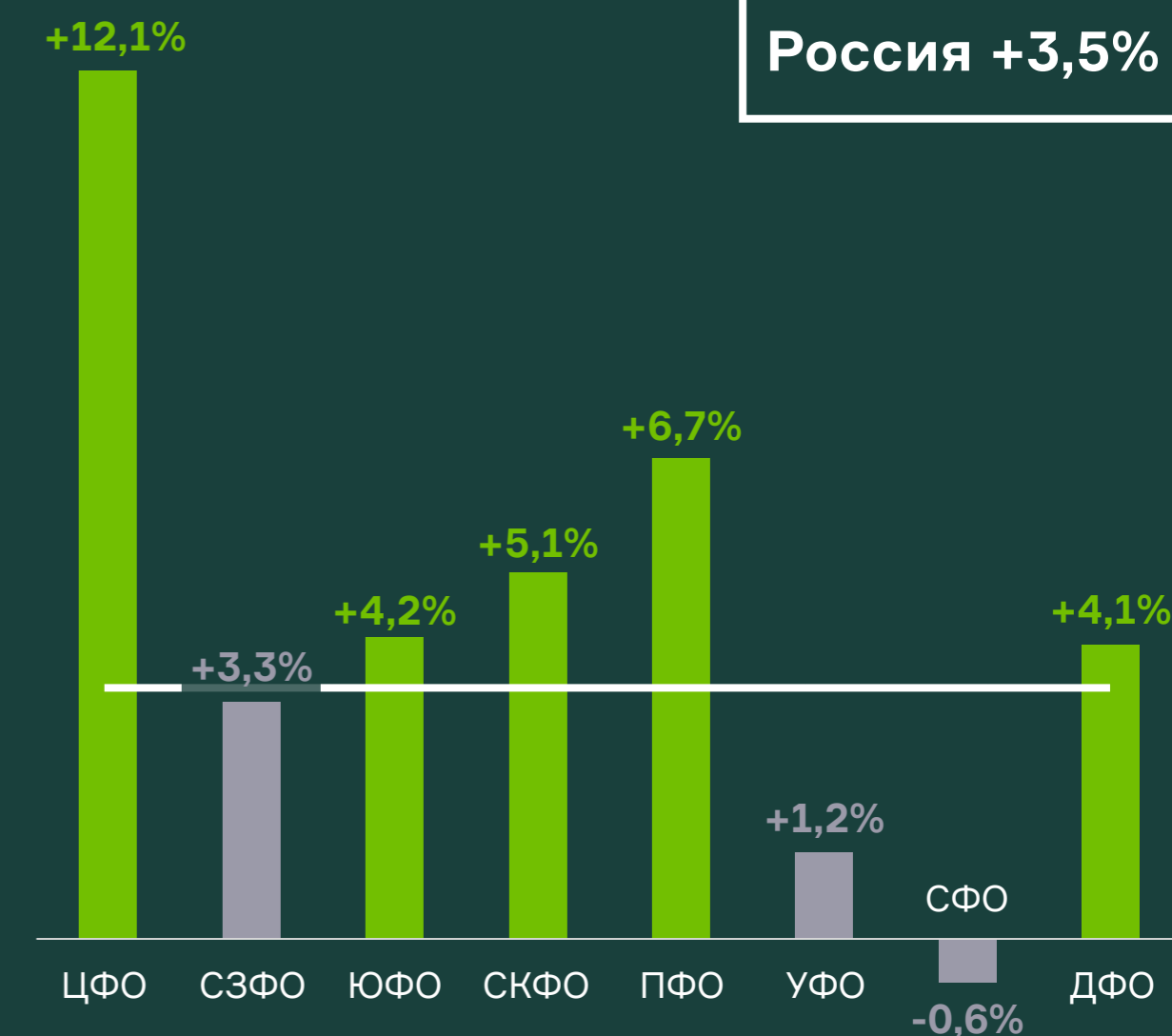
Россия +5,5%



Индекс промышленного производства

Январь – октябрь 2023/2022²

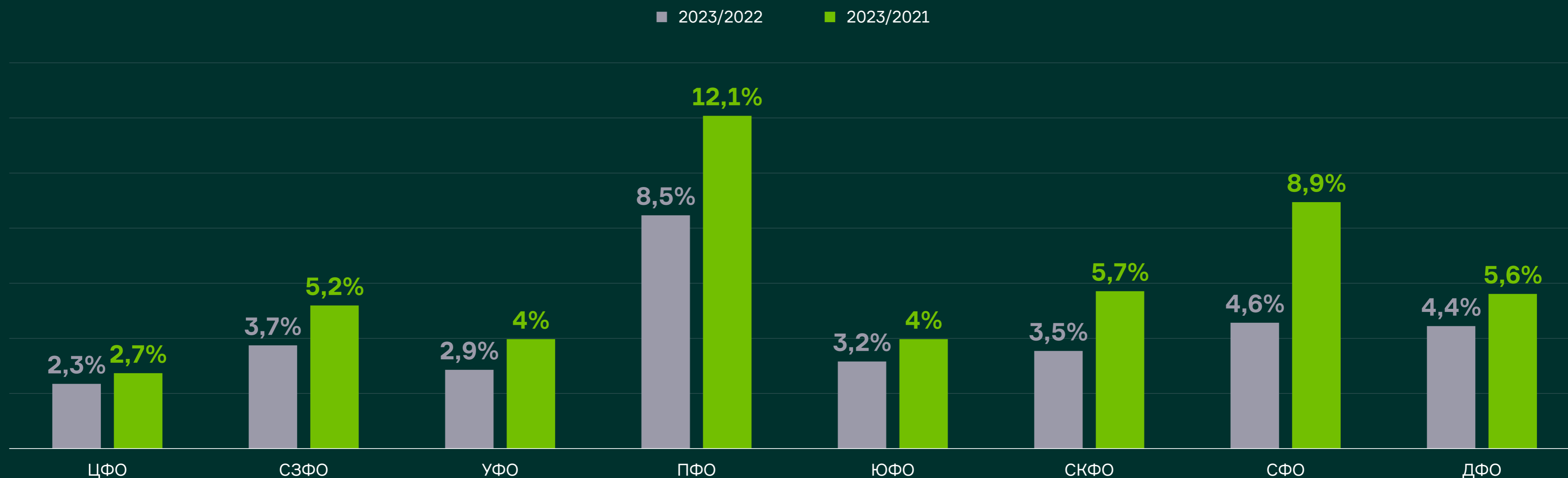
Россия +3,5%





КОЛИЧЕСТВО ПРЕДПРИЯТИЙ СМБ ПРОДОЛЖАЕТ РАСТИ

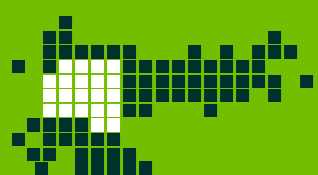
Динамика количества предприятий СМБ по округам, год к году, %





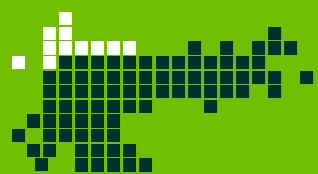
РЕГИОНАЛЬНАЯ НОВОСТНАЯ ПОВЕСТКА НЕОДНОРОДНА

Но большинству регионов нужны креативные индустрии



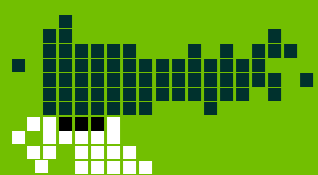
Центральный
федеральный округ

Новые технологии



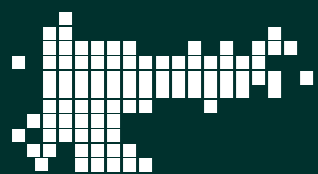
Северо-Западный
федеральный округ

Поддержка бизнеса



Южный
федеральный округ

Развитие туризма



Вся Россия

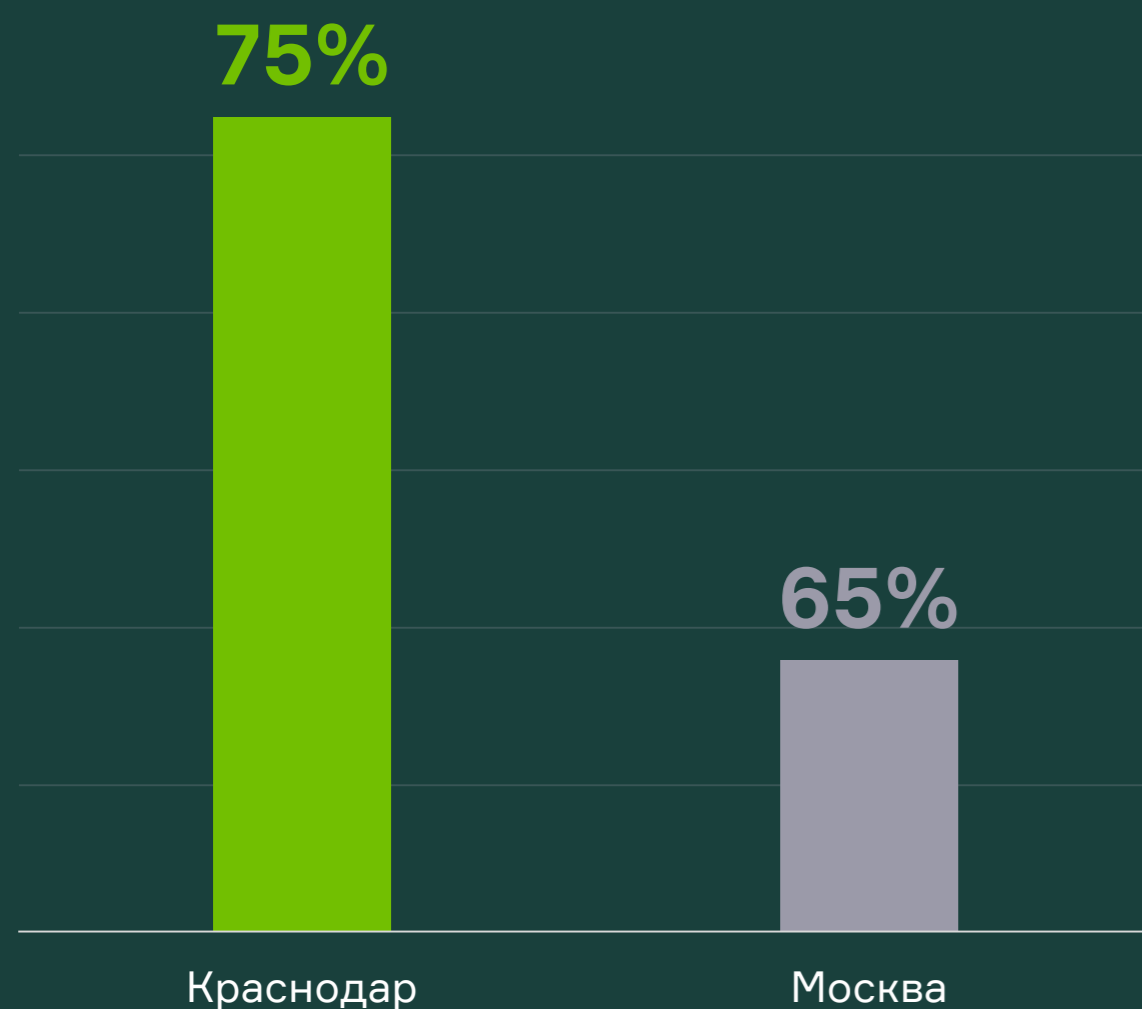
КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ



ПРИОРИТЕТЫ И ПАТТЕРНЫ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В РЕГИОНАХ ТОЖЕ ОТЛИЧАЮТСЯ

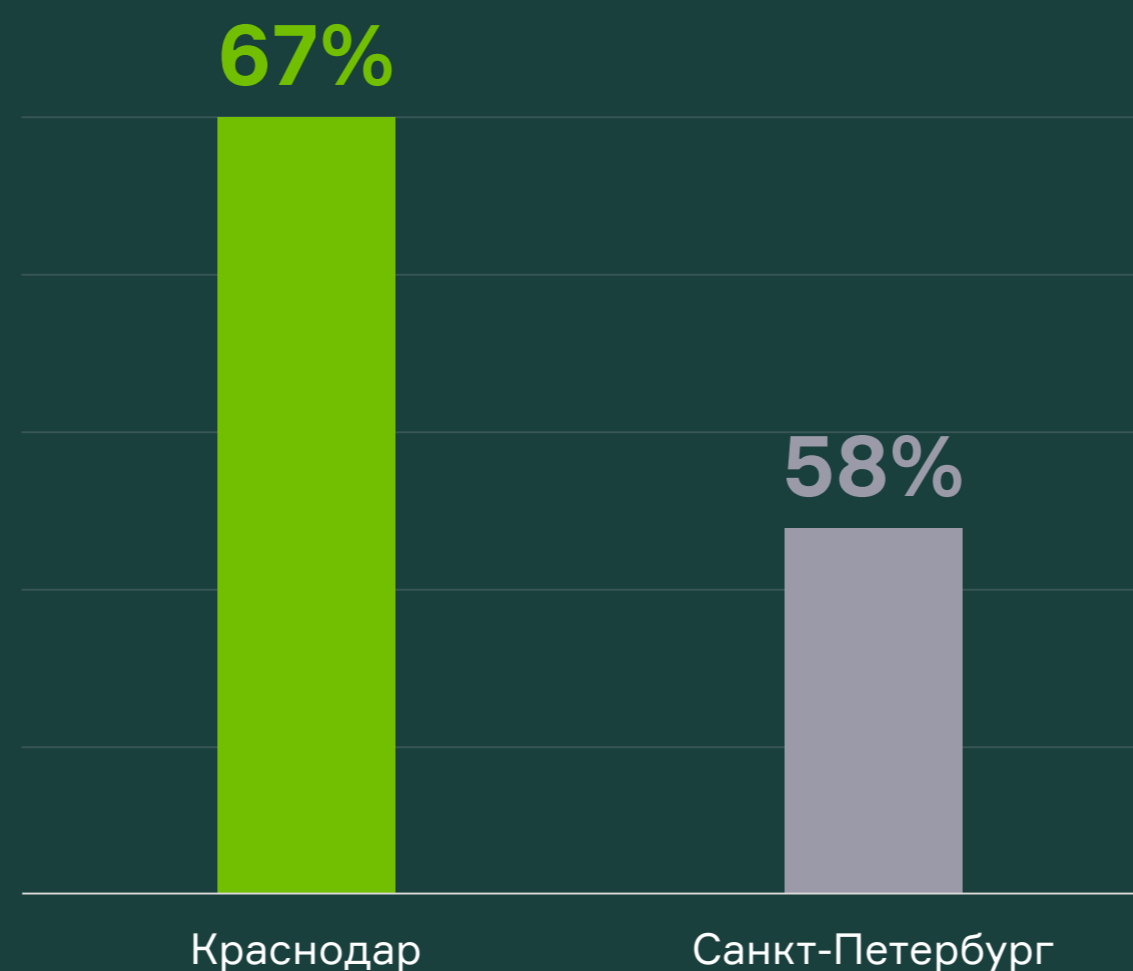
По-разному относятся к локальным и отечественным маркам

Целенаправленно покупают товары российских производителей, % опрошенных



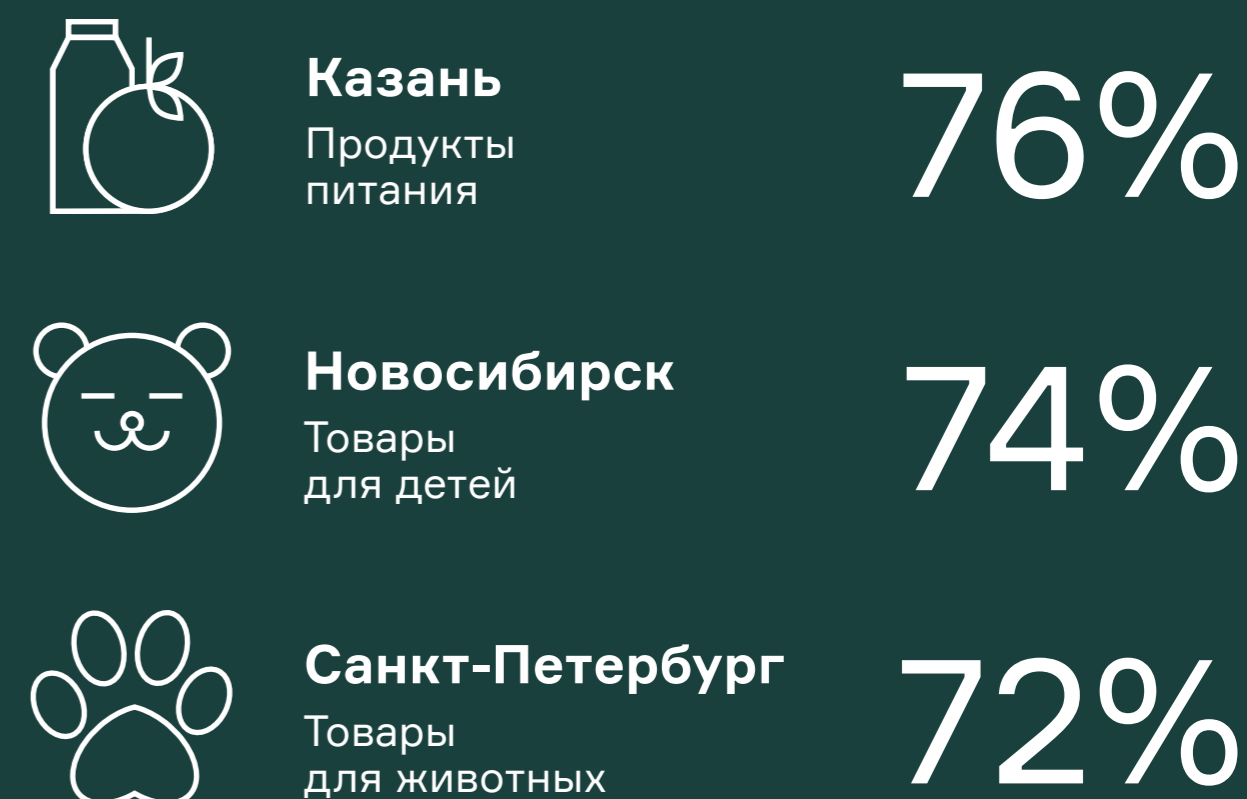
По-разному формируют картинку потребления

Покупают большую часть товаров онлайн, % опрошенных



По-разному приоритизируют расходы на 2024 год

Планируют тратить столько же или даже больше, % опрошенных по категориям





РЕГИОНАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ: НА ВОЛНЕ ИНТЕРЕСА

Лариса Щипанова

Руководитель Департамента бизнес-аналитики,
маркетинга и коммуникаций НСК