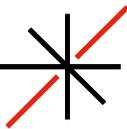


**Media Instinct Group**

# БОГАТЫЙ БЕДНЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ

Который давно всему нас научил,  
но, кажется, мы прогуляли...



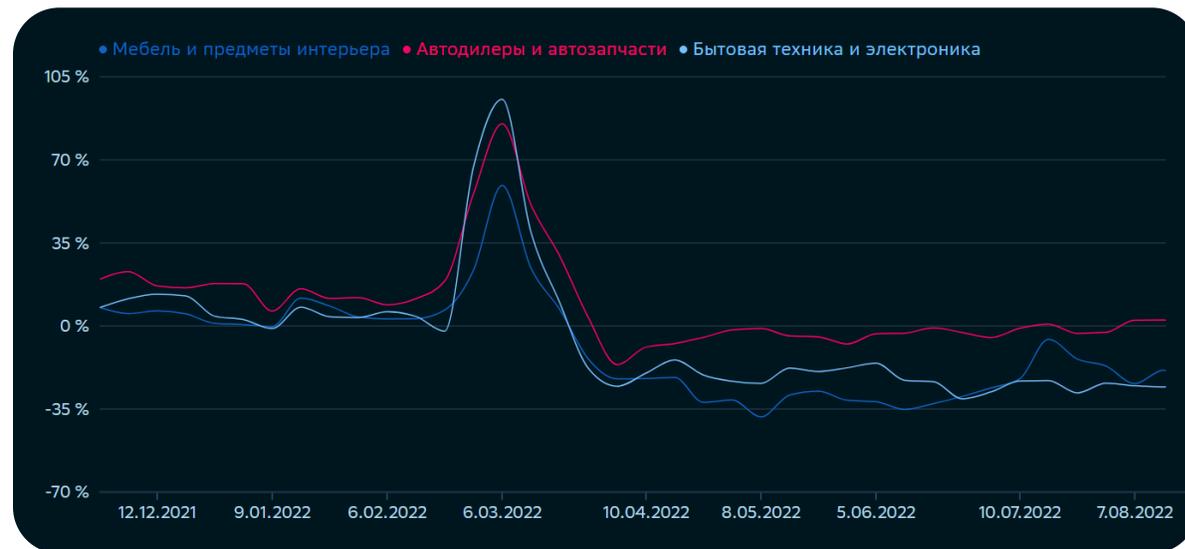
# В ШОКОВОЙ СИТУАЦИИ РАБОТАЕТ ИНСТИНКТ «БЕЙ И БЕГИ!»

## ПОКУПАЙ!

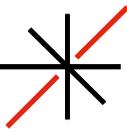
В любой непонятной ситуации нужно слить накопления (если есть) и купить что-то, что вот-вот подорожает

## ЭКОНОМЬ!

После цикла скупки нужно перейти в потребительский анабиоз



СберИндекс: Объем расходов потребителей на товары и услуги относительно сопоставимой недели предшествующего года (% г/г)



# В ШОКОВОЙ СИТУАЦИИ РАБОТАЕТ ИНСТИНКТ «БЕЙ И БЕГИ!»

## ПОКУПАЙ!

В любой непонятной ситуации нужно слить накопления (если есть) и купить что-то, что вот-вот подорожает

## ЭКОНОМЬ!

После цикла скупки нужно перейти в потребительский анабиоз

**-11%**

Падение оборотов бизнеса  
с октября 2021 г.

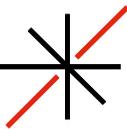
Tinkoff Index

vs.

**-3.4%**

Снижение реальных доходов  
населения  
в III квартале 2022 г.

Минфин



# У ЛЮДЕЙ СЕЙЧАС ОСТАЮТСЯ «НЕДОТРАЧЕННЫЕ» ДЕНЬГИ И НЕДОПОЛУЧЕННЫЕ ЭМОЦИИ



**108,7  
тыс. рублей**

Средний платеж  
по ипотеке  
в Москве в 2022 г.

**ОТКАЗ ОТ  
ПОКУПКИ  
КВАРТИРЫ,  
ИПОТЕКИ**



**48,1  
тыс. рублей**

Средний платеж  
по автокредиту  
в 2022 г.

**ОТКАЗ ОТ  
ПОКУПКИ  
МАШИНЫ**

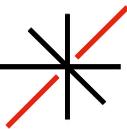


**53,0  
тыс. рублей**

Средний бюджет  
на отпуск  
в 2021 г.

**ОТКАЗ ОТ  
ОТПУСКА НА  
МОРЕ**





## И ИХ ВОСПОЛНИТ НЕ СКИДКА, А ДРУГАЯ ПОЗИТИВНАЯ ЭМОЦИЯ



**ОТКАЗ ОТ  
ПОКУПКИ  
КВАРТИРЫ,  
ИПОТЕКИ**



**ПОКУПКА  
ТЕХНИКИ ИЛИ  
РЕМОНТ В  
СУЩЕСТВУЮЩЕЙ  
КВАРТИРЕ**



**ОТКАЗ ОТ  
ПОКУПКИ  
МАШИНЫ**



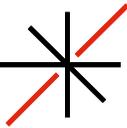
**ОТПУСК  
МЕЧТЫ**



**ОТКАЗ ОТ  
ОТПУСКА НА  
МОРЕ**



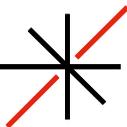
**БОЛЕЕ  
ДОРОГОЙ  
ДЕВАЙС**



# ЛЮДЯМ ХОЧЕТСЯ НЕ ТОЛЬКО ЭКОНОМИТЬ, НО И БАЛОВАТЬ СЕБЯ

«Эффект губной помады» — это когда денег нет, но постоянно экономить бесит, и ты хочешь найти новые доступные радости





# ВО ВСЕМ ЭТОМ ХОЧЕТСЯ НЕ ПРОСТО ЭКОНОМИТЬ, НО И БАЛОВАТЬ СЕБЯ

«Эффект губной помады» — это когда денег нет, но постоянно экономить бесит, и ты хочешь найти новые доступные радости

2016

Реальный располагаемый доход  
(самое глубокое падение за 10 лет)

-4,5%

7%

Объема российского парфюмерно-косметического рынка

Первая декада  
апреля 2020

+244%

Онлайн-продажи шоколадных плиток

+398%

Онлайн-продажи развесных шоколадных конфет

52%

Уверены, что сладости могут помочь в борьбе со стрессом

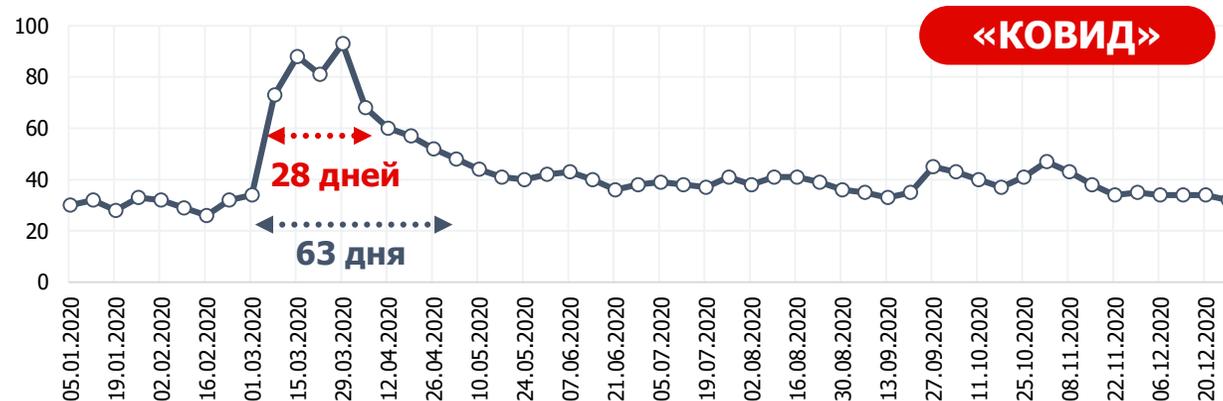


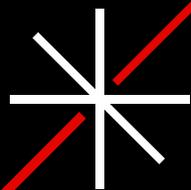
# К ЛЮБОМУ ШОКУ ЛЮДИ АДАПТИРУЮТСЯ ЗА 30-60 ДНЕЙ

И если мы это знаем, то почему каждый кризис впадаем в оцепенение, как в первый раз?

## ИНДЕКС СПОКОЙСТВИЯ MEDIA INSTINCT

Ключевые триггеры: Новости, Курс доллара

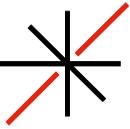




**Media Instinct Group**

# **ПОТРЕБИТЕЛЬ НЕ ПОМЕНИЛСЯ**

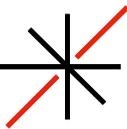
**Изменилась среда, но рецепты эффективности остались**



# СОЗДАВАЙТЕ!

В новые времена людям  
нужно новое прочтение,  
пусть даже старых продуктов





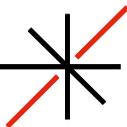
**РЕВИЗИЯ  
ЭФФЕКТИВНОСТИ –  
ЛЮДИ НАЧИНАЮТ  
ПОКУПАТЬ УМНЕЕ**

## В 2022 ГОДУ РЕПЕРТУАР ПОСЕЩАЕМЫХ МАГАЗИНОВ ВЫРОС

ЧИСЛО МАГАЗИНОВ, ПОСЕЩЕННЫХ  
ЗА ПОСЛЕДНИЙ МЕСЯЦ



В момент кризиса люди готовы изменить привычкам и переключиться на новый бренд или продукт



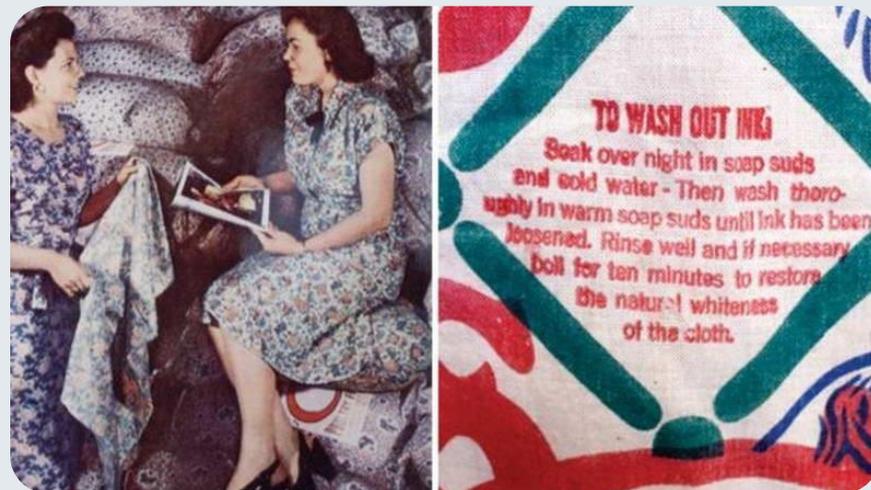
# РЕВИЗИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ – ЛЮДИ НАЧИНАЮТ ПОКУПАТЬ УМНЕЕ

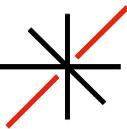
## В 2022 ГОДУ РЕПЕРТУАР ПОСЕЩАЕМЫХ МАГАЗИНОВ ВЫРОС

ЧИСЛО МАГАЗИНОВ, ПОСЕЩЕННЫХ  
ЗА ПОСЛЕДНИЙ МЕСЯЦ



СОЗДАНИЕ  
ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ  
ЦЕННОСТИ





**РЕВИЗИЯ  
ЭФФЕКТИВНОСТИ –  
ЛЮДИ НАЧИНАЮТ  
ПОКУПАТЬ УМНЕЕ**

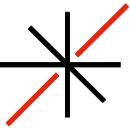
## В 2022 ГОДУ РЕПЕРТУАР ПОСЕЩАЕМЫХ МАГАЗИНОВ ВЫРОС

ЧИСЛО МАГАЗИНОВ, ПОСЕЩЕННЫХ  
ЗА ПОСЛЕДНИЙ МЕСЯЦ



**ИЛИ  
ОБНОВЛЕНИЕ  
ЗАБЫТОГО, НО  
АКТУАЛЬНОГО  
ПРОДУКТА**

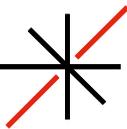




# ДОСТАВЛЯЙТЕ!

Люди должны **получать**  
**удовольствие**, а не скидку





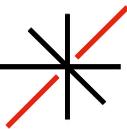
**ЛЮДИ ВЫБИРАЮТ НЕ БРЕНДЫ,  
А ТО УДОВОЛЬСТВИЕ, КОТОРОЕ  
ПРИНОСИТ ИХ ПОКУПКА**

**11%**  
**Покупателей**

**Премиальный ритейл:**

- Покупки 1 раз в месяц
- В дни зарплат (20-25 числа)
- 94% в категории «Десерты»





**ЛЮДИ ВЫБИРАЮТ НЕ БРЕНДЫ,  
А ТО УДОВОЛЬСТВИЕ, КОТОРОЕ  
ПРИНОСИТ ИХ ПОКУПКА**

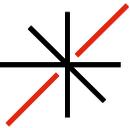
**5** %

**Выручки**

**Премиальный ритейл:**

- Покупки 1 раз в месяц
- В дни зарплат (20-25 числа)
- 94% в категории «Десерты»





**ЛЮДИ ВЫБИРАЮТ НЕ БРЕНДЫ,  
А ТО УДОВОЛЬСТВИЕ, КОТОРОЕ  
ПРИНОСИТ ИХ ПОКУПКА.  
И УДОВОЛЬСТВИЕ ДОЛЖНО  
БЫТЬ ДОСТУПНЫМ**

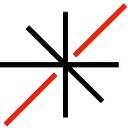


**350 000** руб.



**7 200** руб.

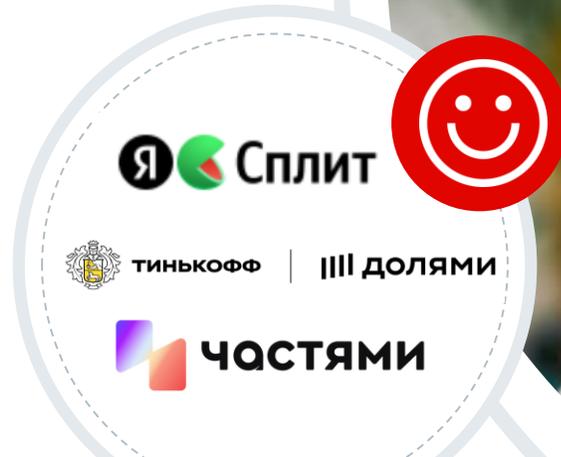




ЛЮДИ ВЫБИРАЮТ **НЕ БРЕНДЫ,**  
А ТО **УДОВОЛЬСТВИЕ,** КОТОРОЕ  
ПРИНОСИТ ИХ ПОКУПКА.  
И УДОВОЛЬСТВИЕ ДОЛЖНО  
БЫТЬ **ДОСТУПНЫМ**  
И ЕЩЕ **БОЛЕЕ ДОСТУПНЫМ**

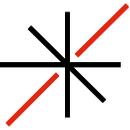


**7 200** руб.



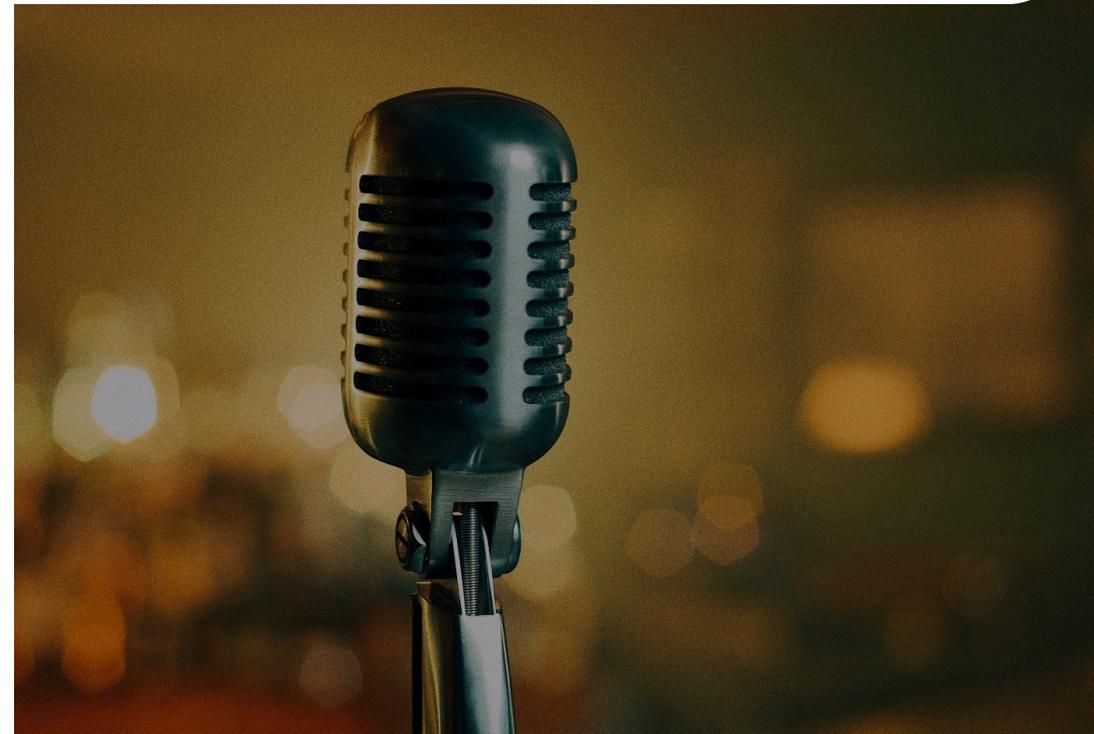
**1 800** руб. x 4 ПЛАТЕЖА

**BNPL x2 В РОССИИ**



# РАССКАЗЫВАЙТЕ!

Если вы не говорите, то вас нет — и вас победят бренды с таким же продуктом, которые говорят



# ТЕ, КТО ЭТО ДЕЛАЮТ, ЧУВСТВУЮТ СЕБЯ НАМНОГО **ЛУЧШЕ РЫНКА**

**-32%**

Падение рынка по данным Tinkoff Index



**21%**

Доля ИКЕА, которая будет поделена рынком

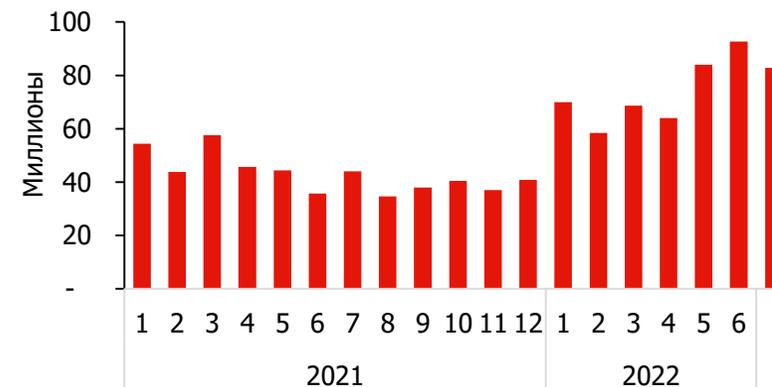


**+42%**

Продажи в янв.-сен. выросли на фоне ухода лидера и повышенных медиаинвестиций

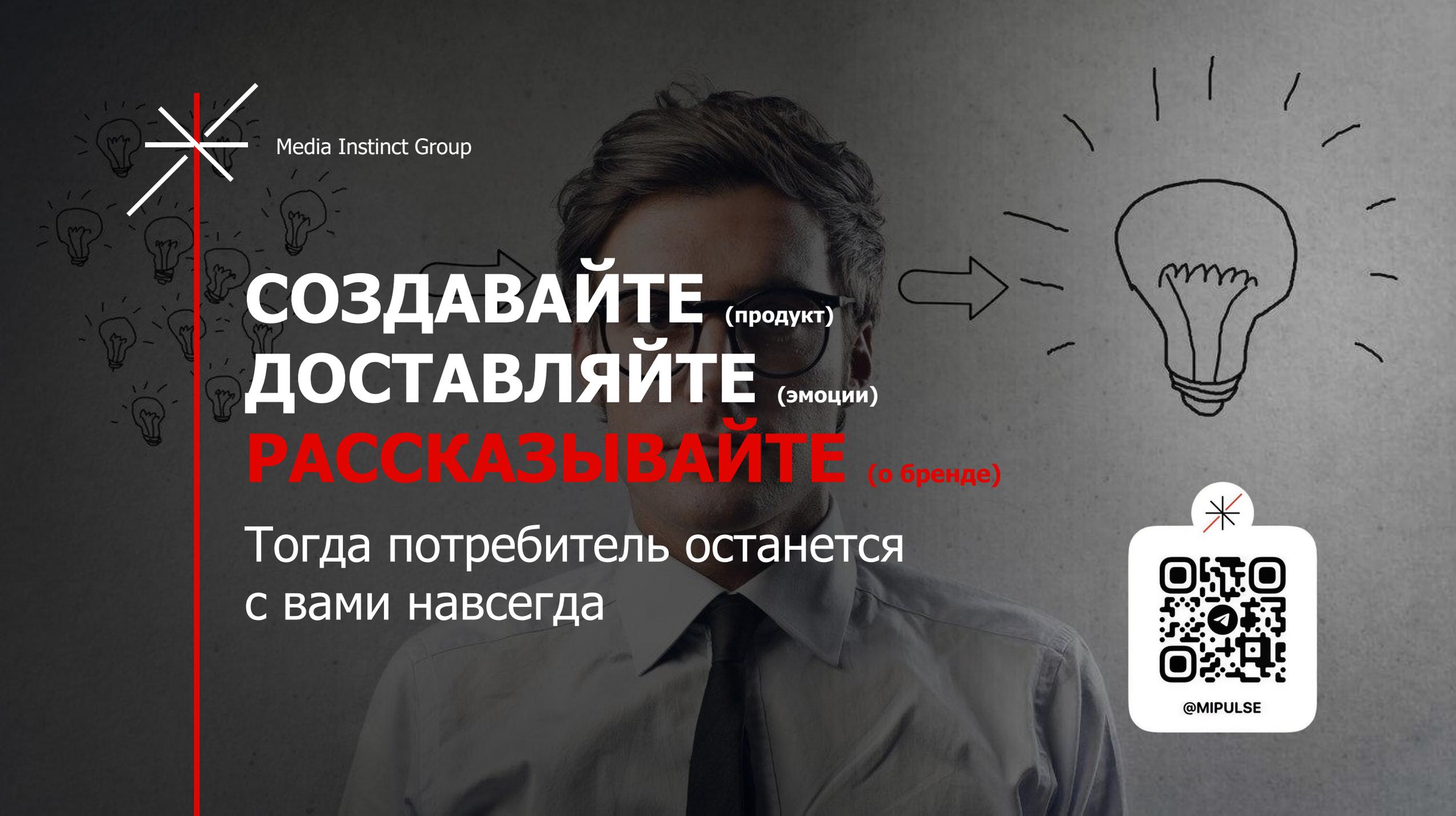
**Hoff!**

ДИНАМИКА МЕДИАБЮДЖЕТОВ HOFF





Media Instinct Group



**СОЗДАВАЙТЕ** (продукт)  
**ДОСТАВЛЯЙТЕ** (эмоции)  
**РАССКАЗЫВАЙТЕ** (о бренде)

Тогда потребитель останется  
с вами навсегда





# Будьте сильными и будьте с сильными



**Сироватский  
Александр**

Директор по Стратегии и Развитию

**Media Instinct Group**  
8 (926) 453-65-48

