

**Как растить бренды в эпоху
космических скоростей?!**

Люди все еще верят в бренды

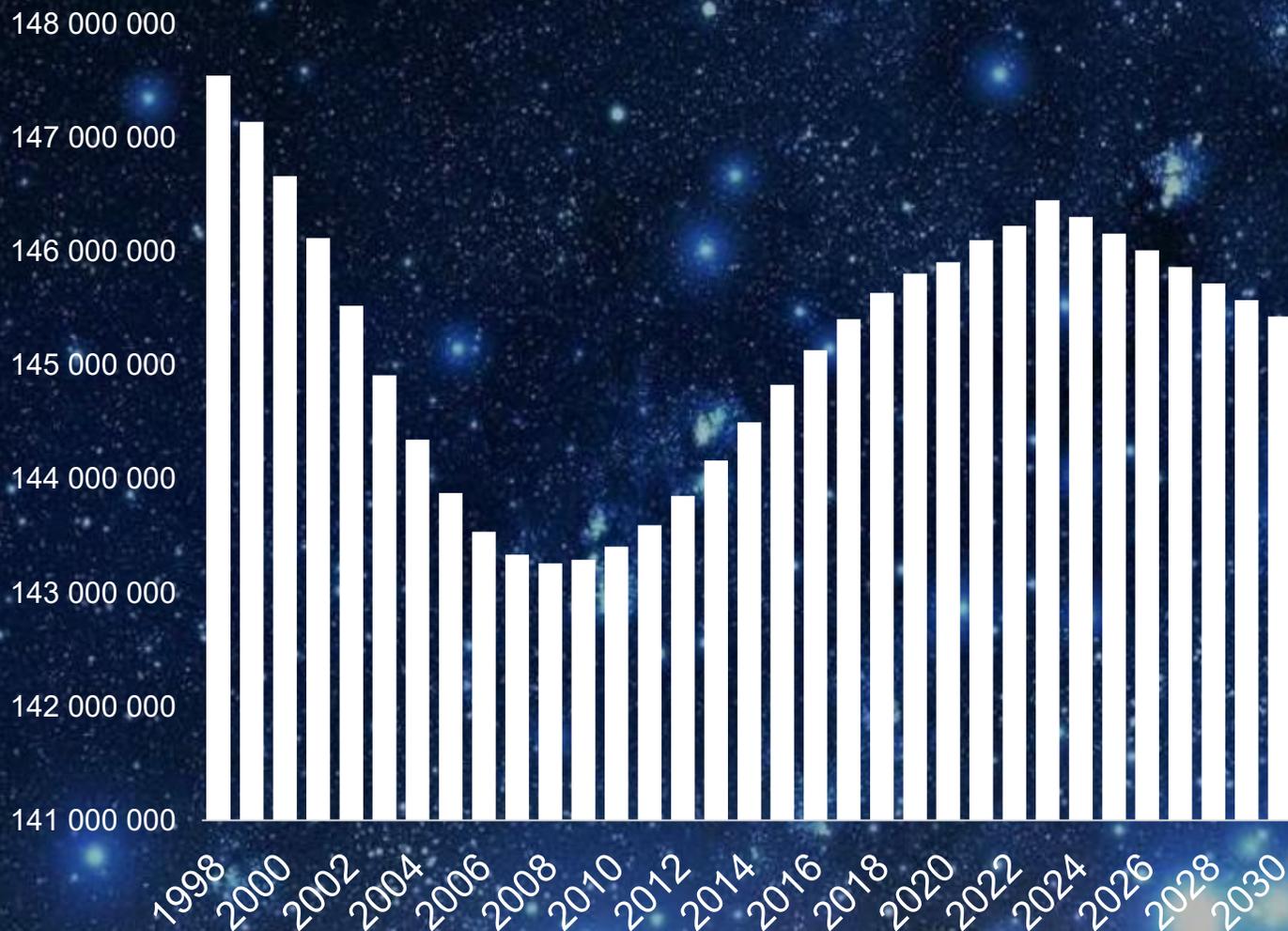
ТОР 5 критериев покупки

>70% обращают внимание на бренд

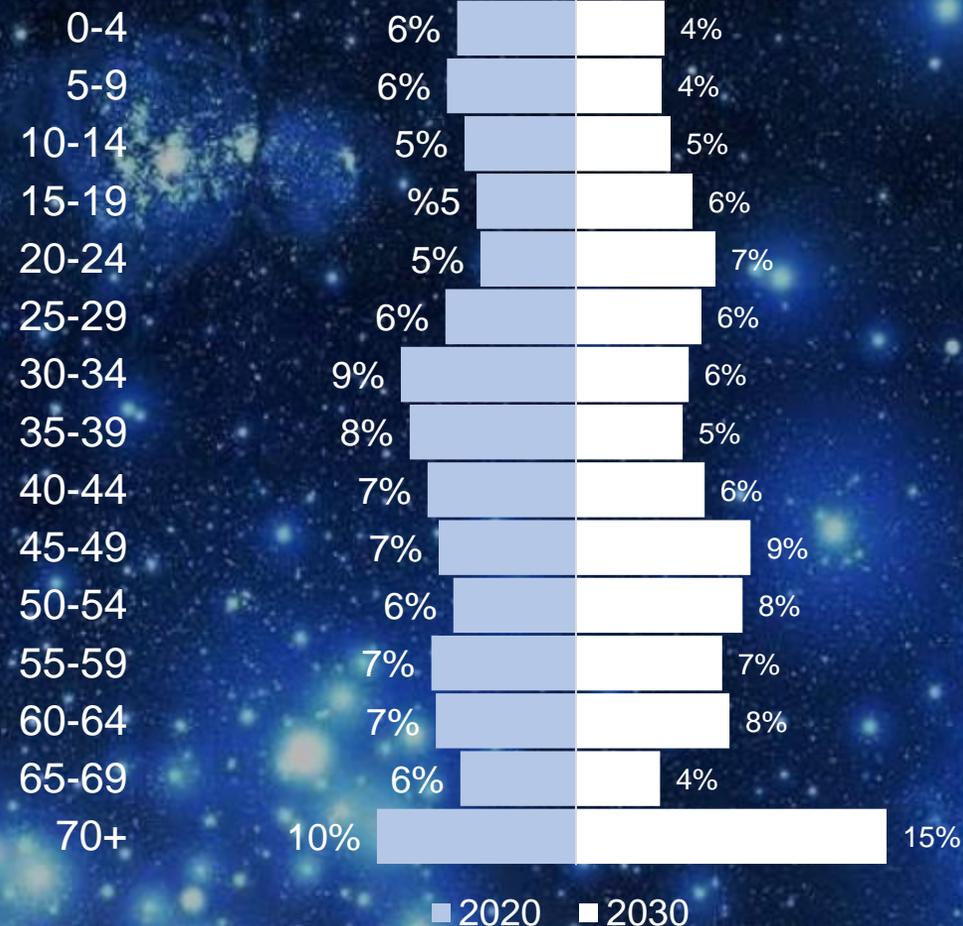
>80% ждут от бренда качества

Наш потребитель взрослеет

Динамика населения



Прогноз по возрастным группам



Нужно принимать во внимание особенности разных поколений

X

Y

Z

ALFA

Статус

Эмоции

Адаптивность

Индивидуализм

70% имеют выраженные предпочтения в брендах

64% считают, что продукты должны быть качественными

66% избегают кампаний, наносящих ущерб экологии

100% digital

54% чувствуют, что бренды не уделяют им внимания

62% ищут полезные и безопасные продукты

78% покупают бренды со смыслом

80% хотят работать удаленно на себя

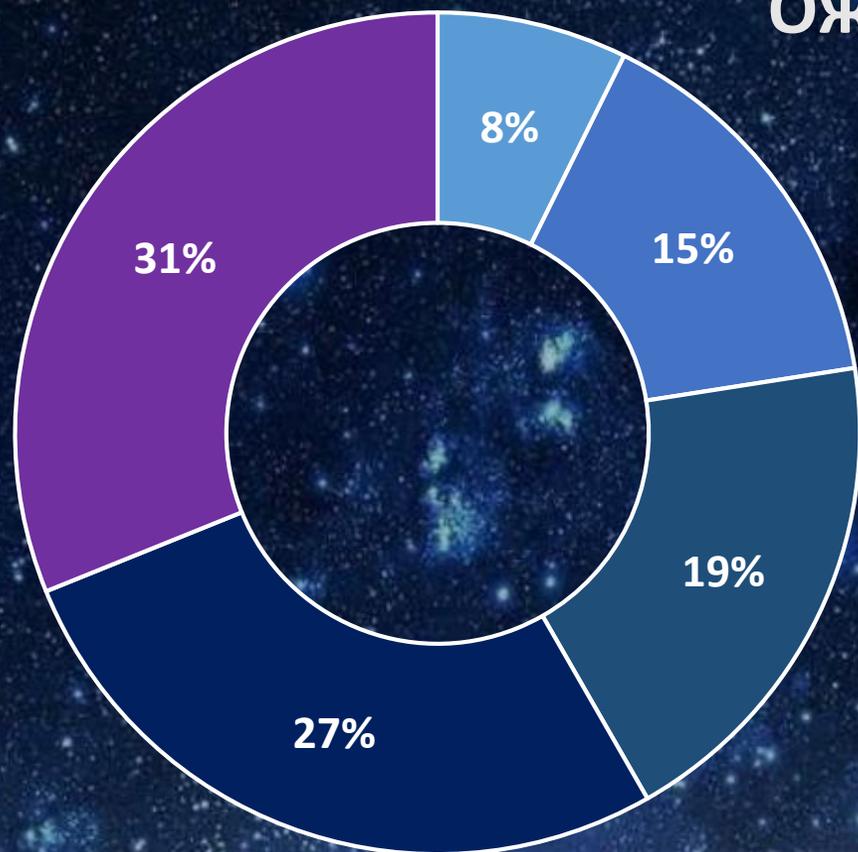
Реклама – норма жизни, но внимание к ней падает

~90% привыкли к рекламе

~2-3 пп падение внимания к рекламе

От рекламы ждут информации и развлечения

Ожидания от рекламы



- Будет подуждать к действию
- Вдохновит
- Поддержит и успокоит
- Развлекать
- Информировать

Пора менять подход

Реклама, нужная
рекламодателю

Реклама, нужная
потребителю



Реклама, нужная
рекламодателю

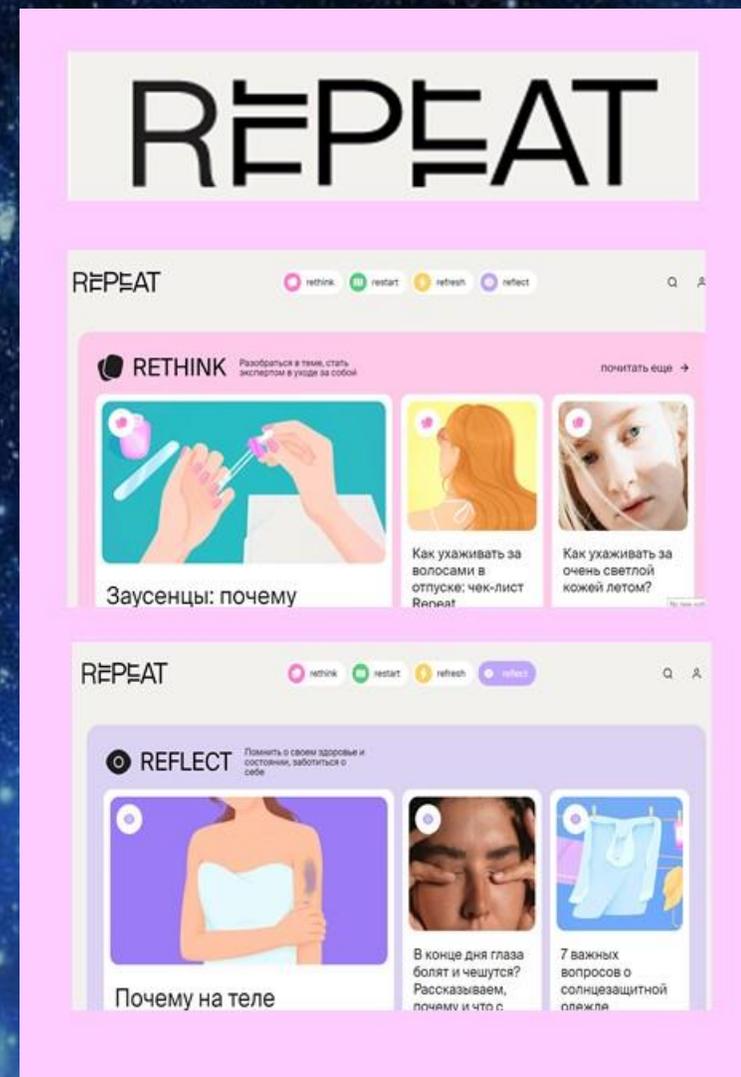
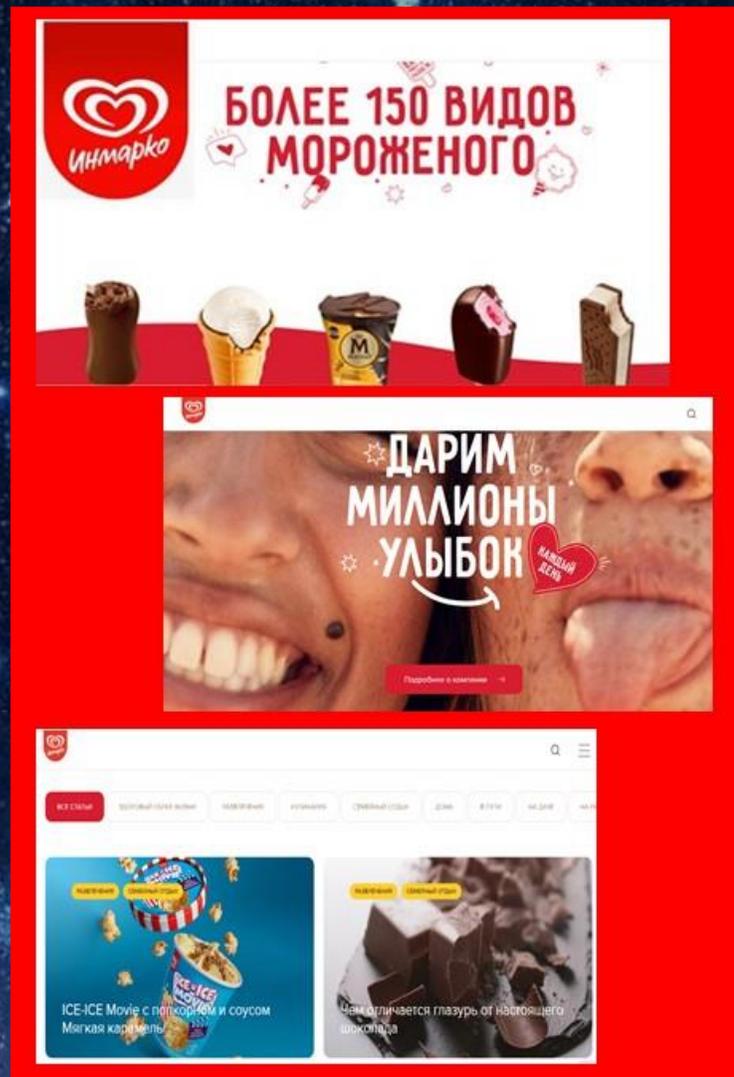
Реклама, нужная
потребителю

Информируем

Мотивируем

Развлекаем

Информируем

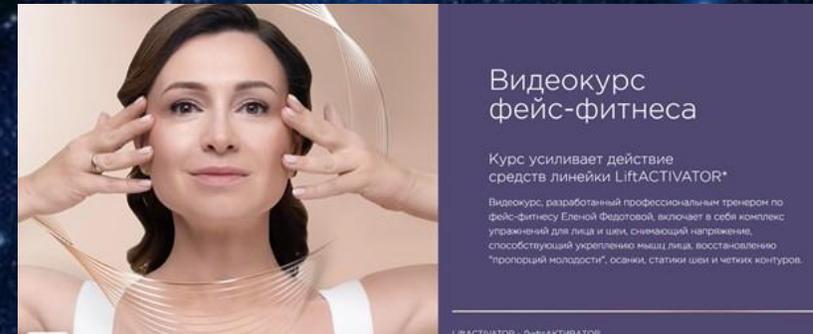


Мотивируем

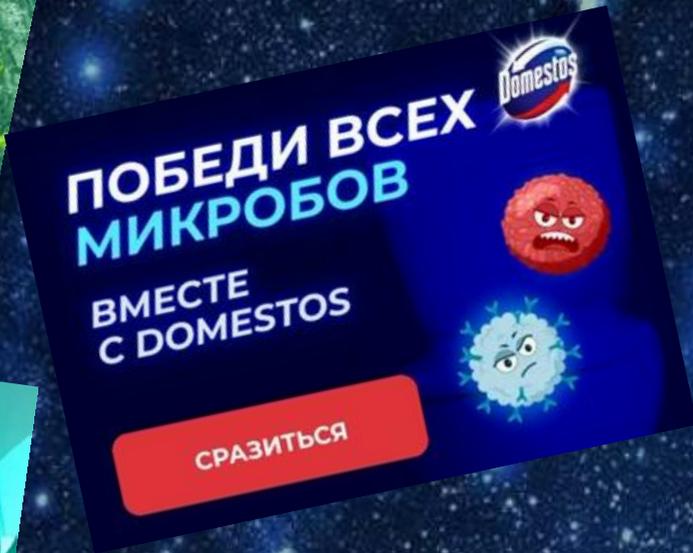
Заниматься спортом
вместе
с Rexona



Помогаем
сохранить красоту с
Черным Жемчугом



Развлекаем



Спасибо за внимание !