

М

Т

ПРЕДПОСЛЕДНИЙ ЭТАП ПИРАМИДЫ МАСЛОУ



С

А КТО МЫ ТАКИЕ



А ЧТО МЫ ПРОДАЕМ

Эмоции снова в тренде

Цена сомнений



Сомнение

Много цифрового контента, который даже я могу создать достаточно легко. А что из этого настоящее и что из этого нужно именно мне?
Даже если я знаю, я сомневаюсь, реально ли это

Экономика нетерпения



Нетерпение

Я хочу все здесь и сейчас. У меня нет времени искать что-то самому, а если компания или продукт этого мне не предоставит – я сделаю это сам.

Возвращение к социальным корням

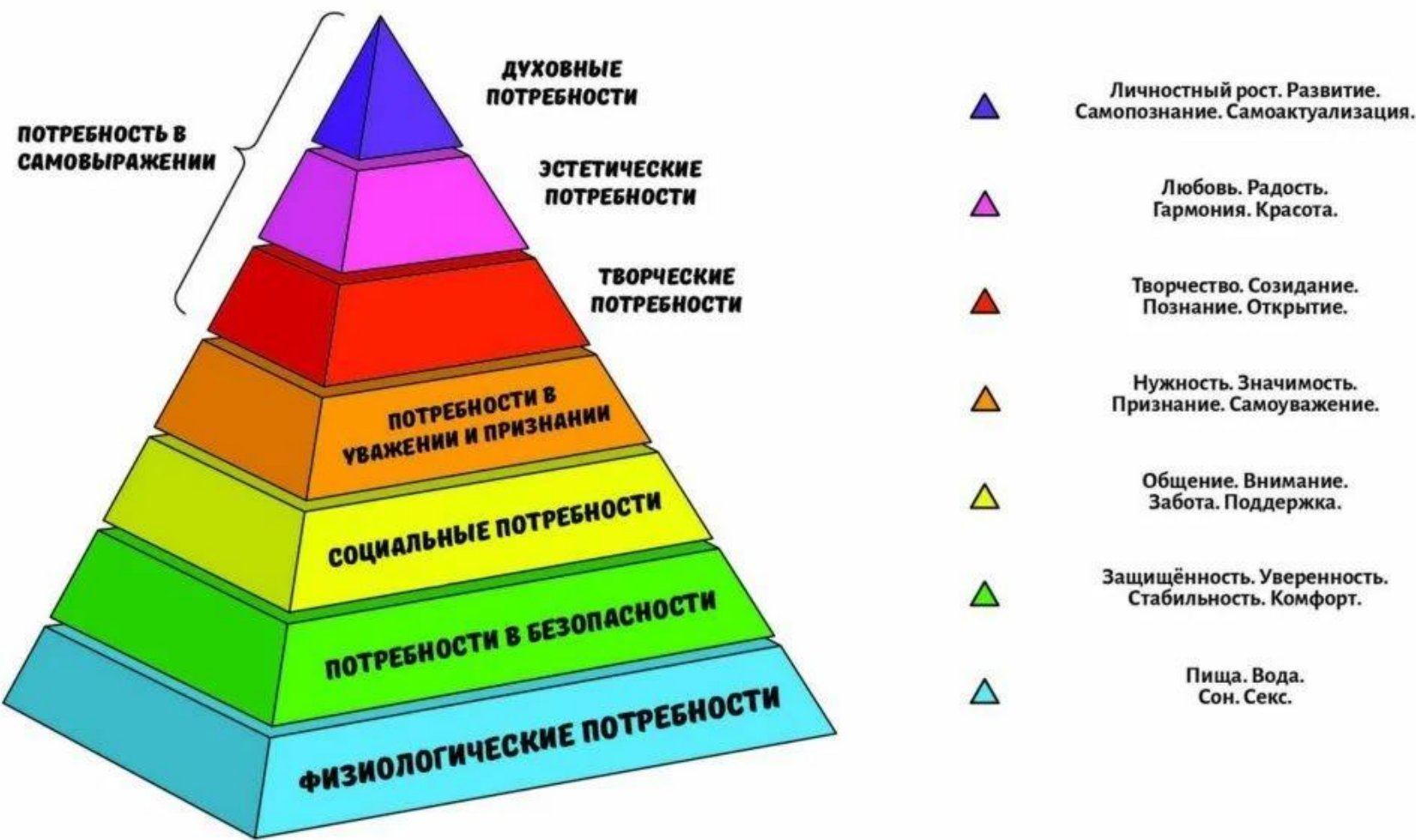


Цифровая усталость

Я устал от онлайн и начинаю понимать, что все настоящее – в офлайне: общение с родными, встречи с друзьями, походы на концерты. Мне нужна офлайн-перезарядка.

Источники: Accenture Life Trends 2025; House Captain Strat Tape 2025

Пирамида потребностей по Маслоу



А КОМУ МЫ ПРОДАЕМ И ПОЧЕМУ ЭТО СЛОЖНО

Численность населения России

146,2
млн чел.

Численность населения 15–64 лет

96,0
млн чел.

Численность населения, которое регулярно развлекается

48,0
млн чел.

Источник: Росстат

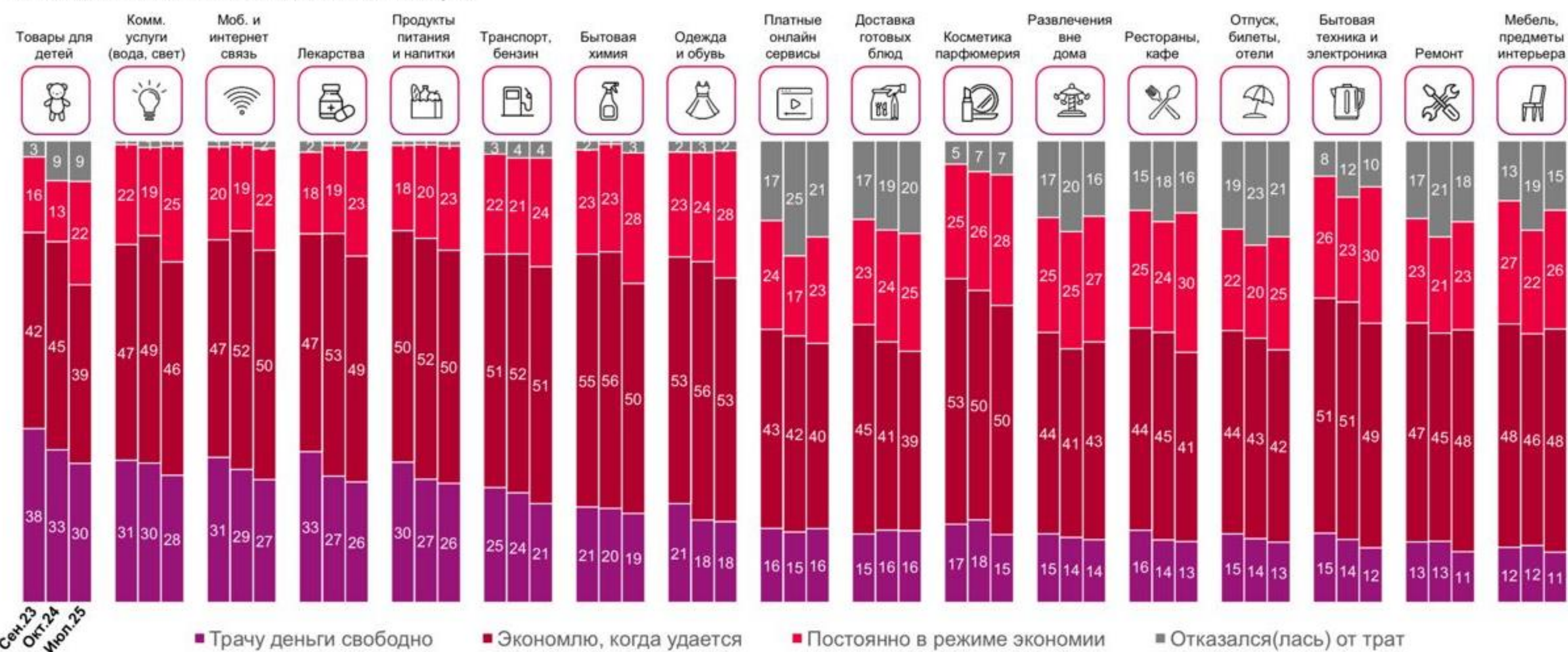
Яндекс

СБЕР

А

На фоне роста доходов происходит плавное усиление режима экономии, что скорее свидетельствует о более рациональном отношении к тратам, чем о вынужденной адаптации

ЭКОНОМИЯ В РАЗЛИЧНЫХ КАТЕГОРИЯХ, %



Источник: OMD Snapshot, города 1M+, 18-55, 625 респондентов, 08.09-12.09.23, W7, 27.06.-02.07.2025 W14, онлайн-опрос Tiburon Research
Q: Насколько Вы стараетесь экономить деньги на покупке следующих товаров?

База: обычно тратят категории

А ЧТО ДЕЛАТЬ



Лайфхаки:

- Контент-тоже продукт со своим PnL
- На каждый контент не накинешь интент
- ~~Shit happens~~ Форс-мажоры случаются
- Инсайты и исследования-залог здоровья
- Аналитика always on
- Маркетинговая гибкость
- Экспериментировать как в юности