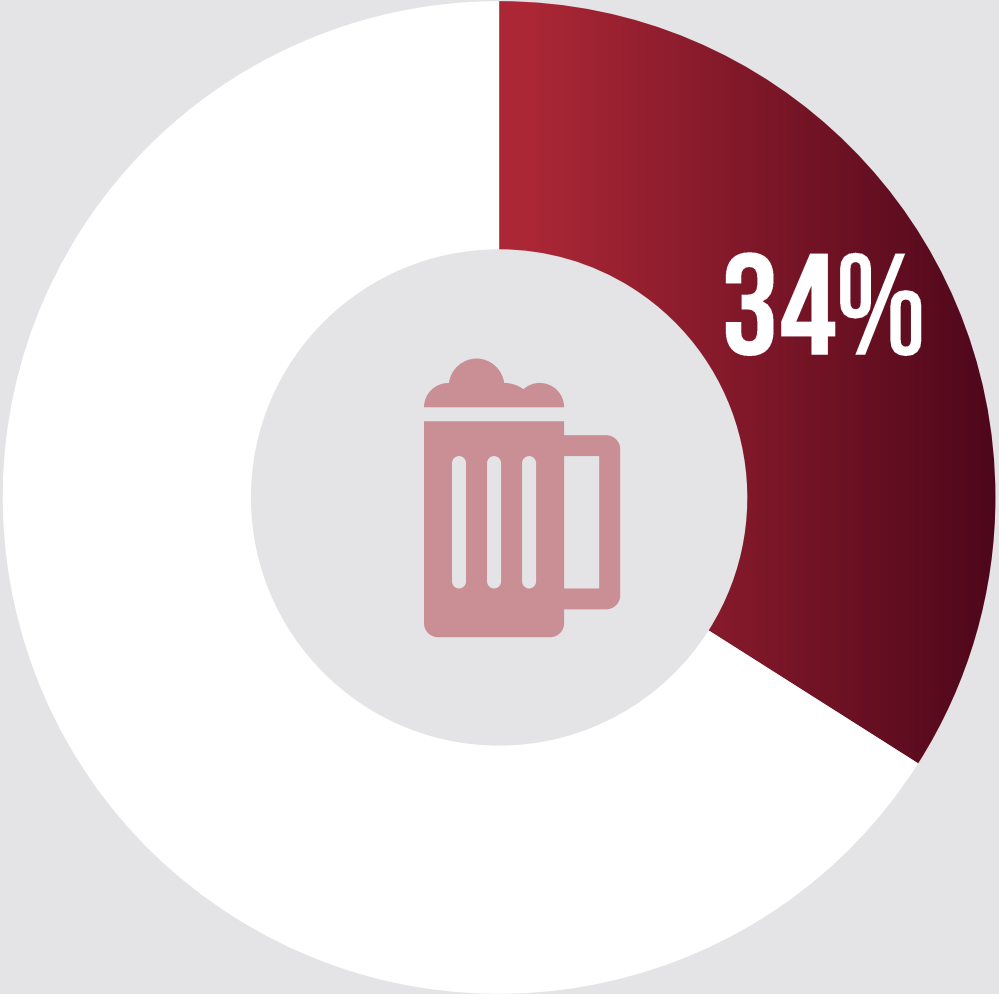


Любой человек, покупая товар,
стремится прежде всего удовлетворить

СВОЮ ПОТРЕБНОСТЬ

функциональную или эмоциональную

P.S. лучше – обе



**НАПИТКИ
ВМЕСТЕ**

**ОТВЛЕЧЬСЯ ОТ СУЕТЫ,
ОТКЛЮЧИТЬСЯ,
РАССЛАБИТЬСЯ**



**ПРОВЕСТИ ВРЕМЯ
С БЛИЗКИМИ ЛЮДЬМИ
В ДОВЕРИТЕЛЬНОЙ
АТМОСФЕРЕ**

**НАПИТКИ
ВМЕСТЕ**

**ОТВЛЕЧЬСЯ ОТ СУЕТЫ,
ОТКЛЮЧИТЬСЯ,
РАССЛАБИТЬСЯ**



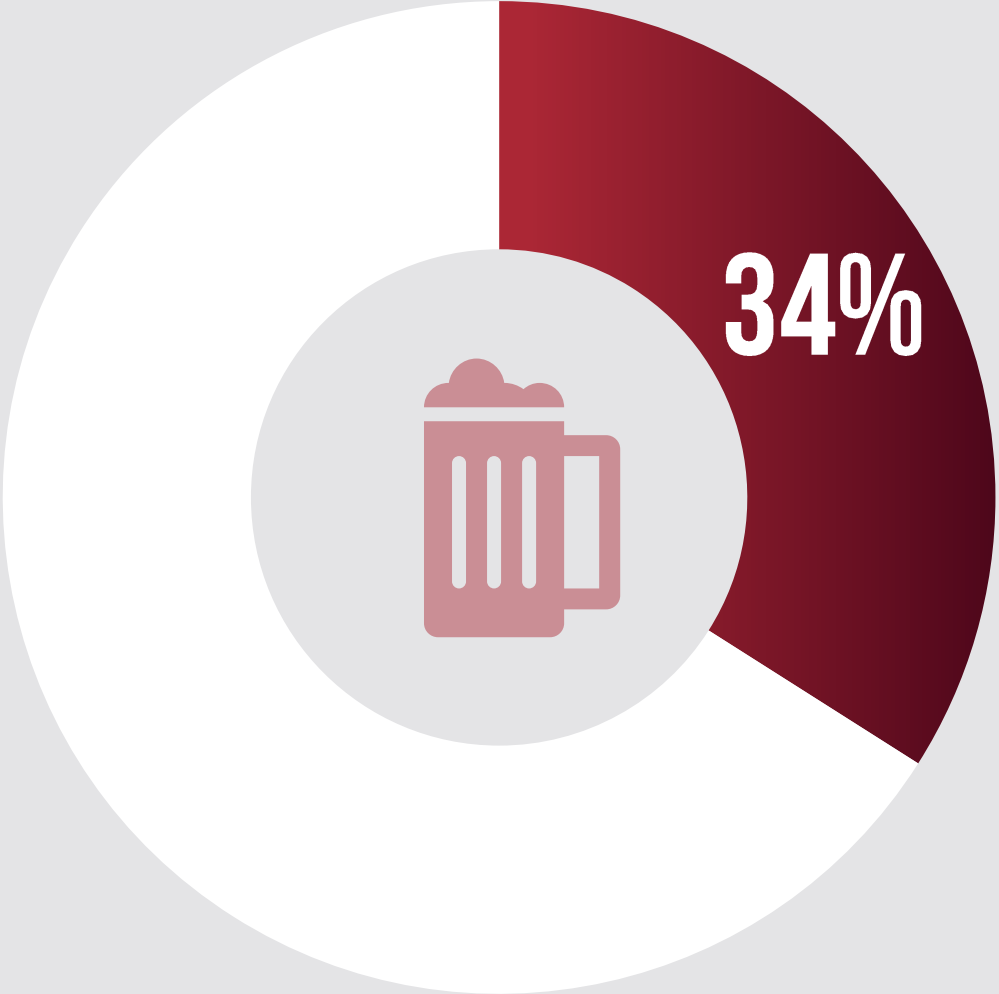
**ПРОВЕСТИ ВРЕМЯ
С БЛИЗКИМИ ЛЮДЬМИ
В ДОВЕРИТЕЛЬНОЙ
АТМОСФЕРЕ**

НАПИТКИ
ВМЕСТЕ

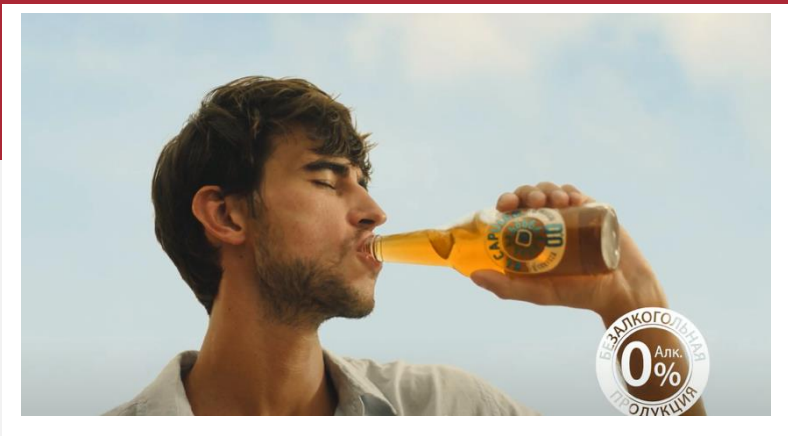
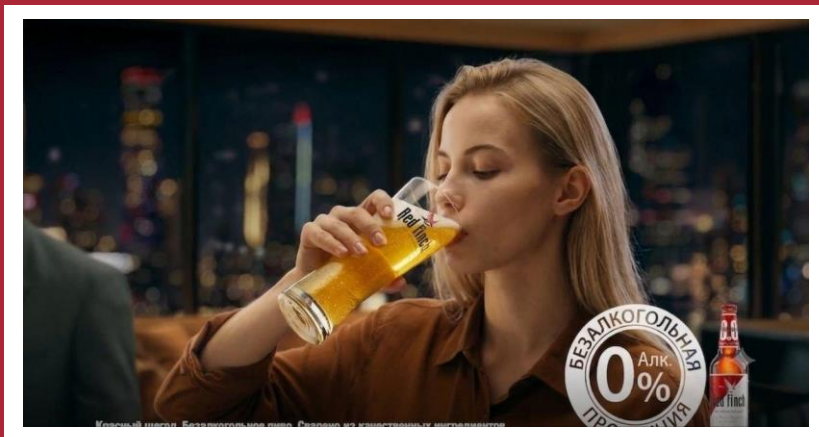


НАПИТКИ
ВМЕСТЕ









УСТАРЕВШАЯ СЕГМЕНТАЦИЯ

ВОЗРАСТ	В ЛЮДЯХ
18-	8,4%
18-24	5,6%
25-34	12,6%
35-44	22,9%
45-54	20,0%
55+	30,4%

УСТАРЕВШАЯ СЕГМЕНТАЦИЯ

ВОЗРАСТ	В ЛЮДЯХ
18-	8,4%
18-24	5,6%
25-34	12,6%
35-44	22,9%
45-54	20,0%
55+	30,4%

НОВАЯ ТЕОРИЯ ПОКОЛЕНИЙ

ВОЗРАСТ	В ЛЮДЯХ
18- АЛЬФА	8,4%
18-24 ЗУМЕРЫ	5,6%
25-34	12,6%
35-44 МИЛЛЕНИАЛЫ	22,9%
45-54	20,0%
55+ ИКСЫ	30,4%

НАПИТКИ
ВМЕСТЕ



САМОРЕА-
ЛИЗАЦИЯ

Творчество. Развитие.
Интересные проекты

УВАЖЕНИЕ

Быть №1. Быть лучшим. Карьера.
Статус. Признание

СОЦИАЛЬНЫЕ

Быть принятым в группу.
Быть вхожим в круг.

В БЕЗОПАСНОСТИ И ЗАЩИЩЕННОСТИ

Уверенность в завтрашнем дне.
Стабильность INFO. Условия труда.
Условия отдыха. Потребности. Хобби.

ФИЗИОЛОГИЧЕСКИЕ

Еда, питье, тепло, крыша, секс



 <https://www.sostav.ru> > ... > Маркетинг > Технологии ⋮

Как меняется поведение российских потребителей

27 окт. 2025 г. — За последние два года российские потребители стремительно меняют



Высшая школа маркетинга и развития бизнеса НИУ ВШЭ

<https://marketing.hse.ru> > blog > kak-potrebitel-xxi-vek... ⋮

Как потребитель XXI века диктует нам новый маркетинг



Charisma.ru

<https://charisma.ru> > blog > sovremennyj-pokupatel-kto-on ⋮

Современный покупатель, кто он?



КиберЛенинка

<https://cyberleninka.ru> > article > sovremennye-trendy-... ⋮

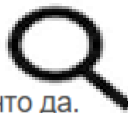
Современные тренды потребительского поведения или ...



<https://www.asn-news.ru> > post ⋮

Потребитель нового поколения: каков он?

16 мар. 2012 г. — Изменился ли за последние годы потребитель? Очевидно, что да.



<https://www.giftery.ru> > news > pokolenie-alfa-kak-potr... ⋮

Поколение альфа как потребители: на что они тратят ...

1 июн. 2026 г. — В этой статье вы узнаете, как самое молодое поколение потреби...



ВОЛНА/AdIndex

<https://volna.adindex.ru> > how-everything-works ⋮

Переосмыслившие: новые потребители и чего они хотят



VC.ru

<https://vc.ru> > marketing > 2895057-marketing-pokole... ⋮

Маркетинг поколений 2026: как не потерять бумера ...



AdIndex

<https://adindex.ru> > ... > Аналитика > Исследования ⋮

Зумеры и альфы: как бизнесу превращать поколения ...



**НАПИТКИ
ВМЕСТЕ**

ПОТРЕБНОСТИ — УНИВЕРСАЛЬНЫ

ПОТРЕБНОСТИ – УНИВЕРСАЛЬНЫ

При поколенческих изменениях мы обсуждаем изменение
«ФОРМЫ» при неизменном **«СОДЕРЖАНИИ»**.