

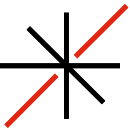


Media Instinct Group

БОГАТЫЙ БЕДНЫЙ ПОТРЕБИТЕЛЬ

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





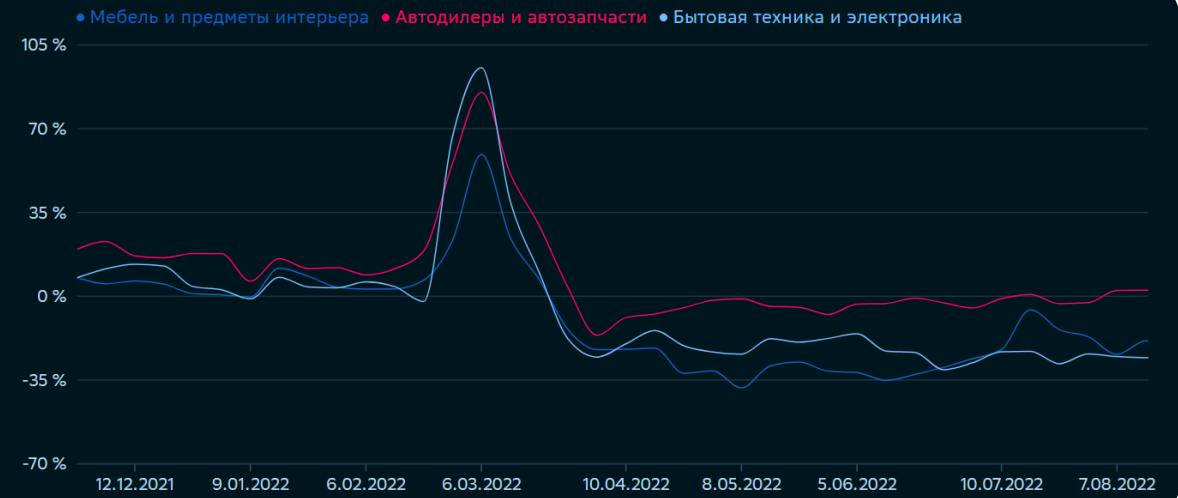
В ШОКОВОЙ СИТУАЦИИ РАБОТАЕТ ИНСТИНКТ «БЕЙ И БЕГИ!»

ПОКУПАЙ!

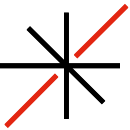
В любой непонятной ситуации нужно слить накопления (если есть) и купить что-то, что вот-вот подорожает

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.

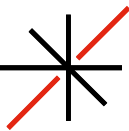
Tinkoff Index

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**

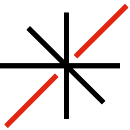


**53,0
тыс. рублей**

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**



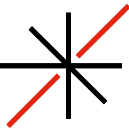
**ОТПУСК
МЕЧТЫ**



**ОТКАЗ ОТ
ОТПУСКА НА
МОРЕ**

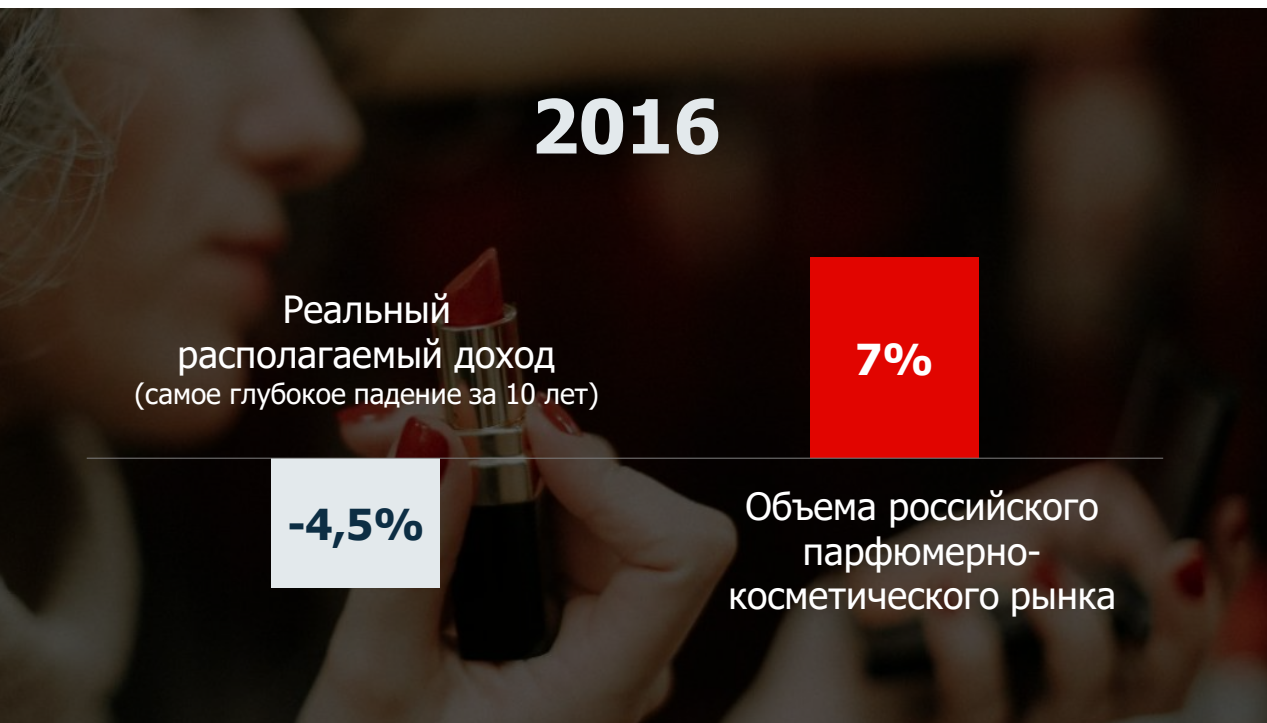


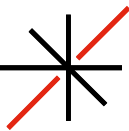
**БОЛЕЕ
ДОРОГОЙ
ДЕВАЙС**



ЛЮДЯМ ХОЧЕТСЯ НЕ ТОЛЬКО ЭКОНОМИТЬ, НО И **БАЛОВАТЬ СЕБЯ**

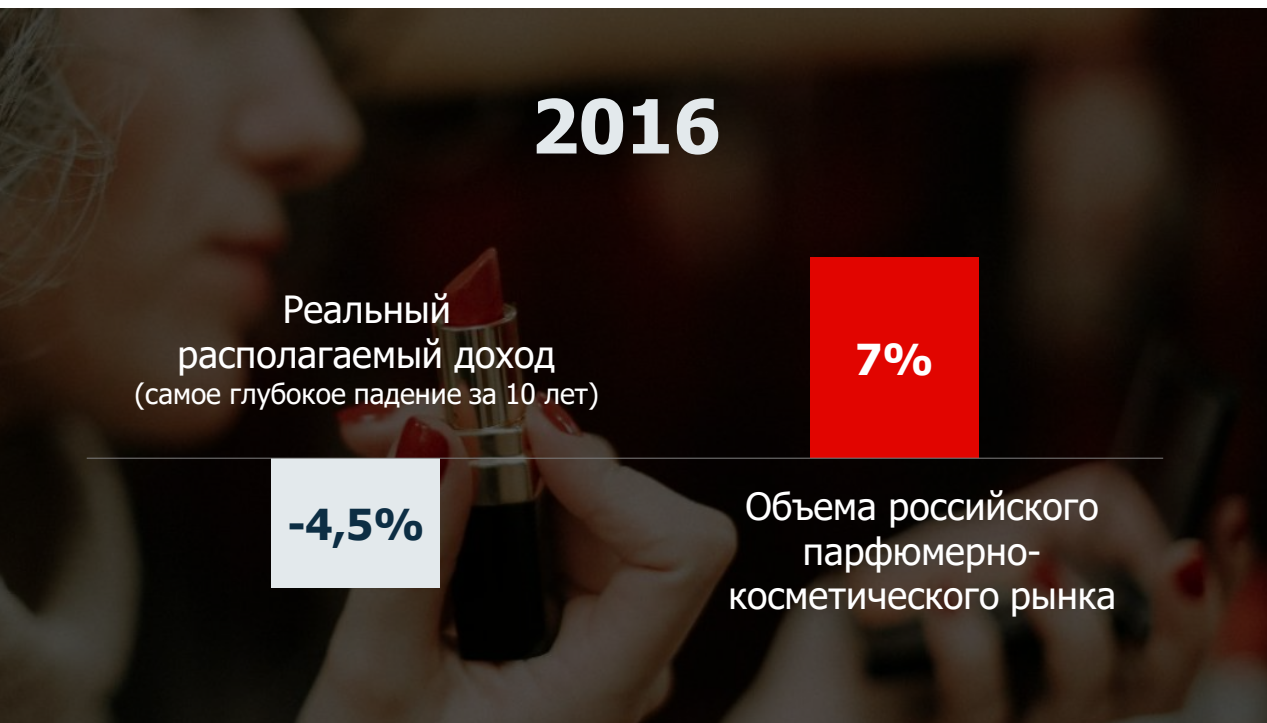
«Эффект губной помады» — это когда денег нет, но постоянно экономить бесит, и ты хочешь найти новые доступные радости





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





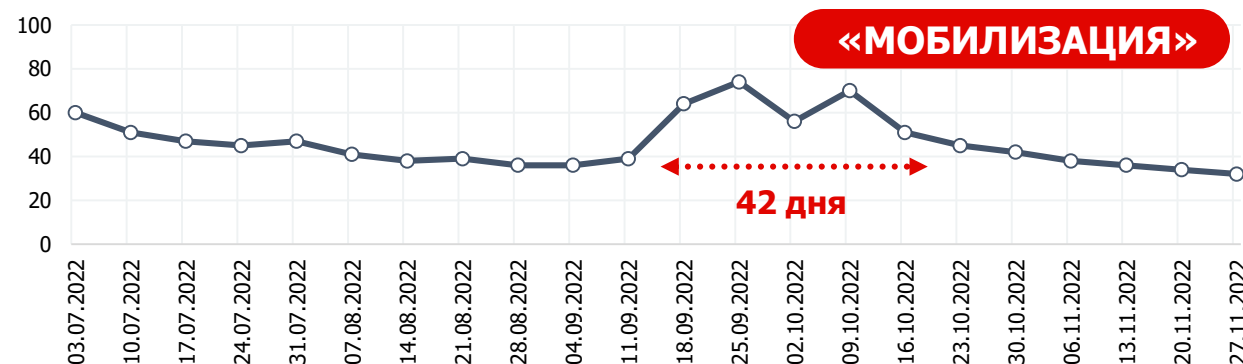
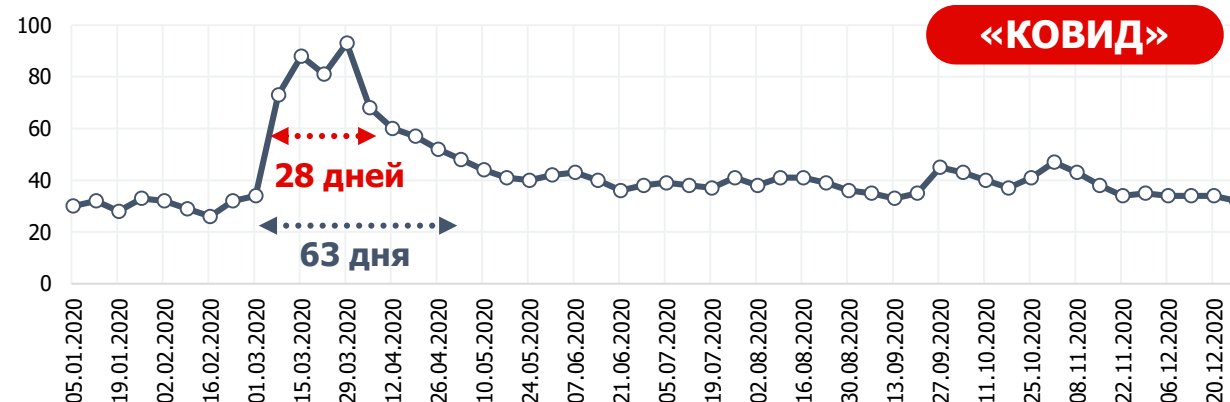
К ЛЮБОМУ ШОКУ ЛЮДИ АДАПТИРУЮТСЯ ЗА 30-60 ДНЕЙ

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

8

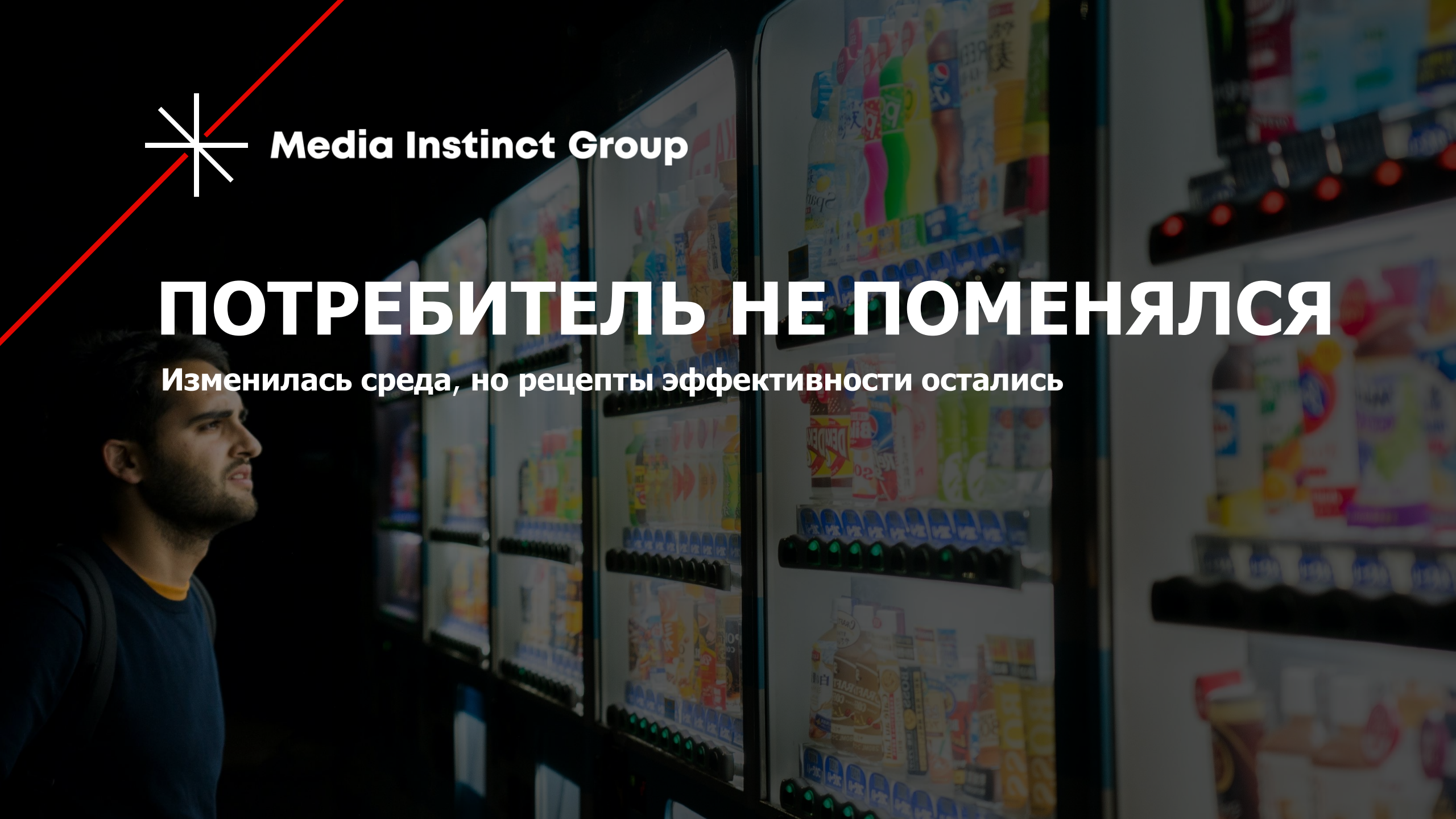


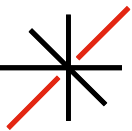


Media Instinct Group

ПОТРЕБИТЕЛЬ НЕ ПОМЕНЯЛСЯ

Изменилась среда, но рецепты эффективности остались

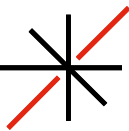




СОЗДАВАЙТЕ!

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

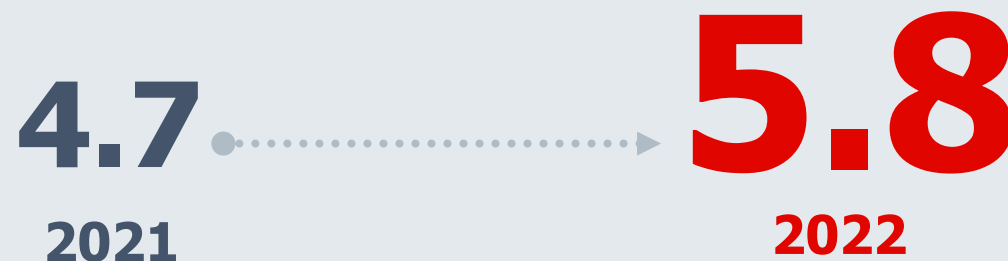




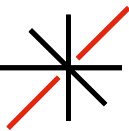
РЕВИЗИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ – ЛЮДИ НАЧИНАЮТ **ПОКУПАТЬ УМНЕЕ**

В 2022 ГОДУ РЕПЕРТУАР ПОСЕЩАЕМЫХ МАГАЗИНОВ ВЫРОС

ЧИСЛО МАГАЗИНОВ, ПОСЕЩЕННЫХ
ЗА ПОСЛЕДНИЙ МЕСЯЦ



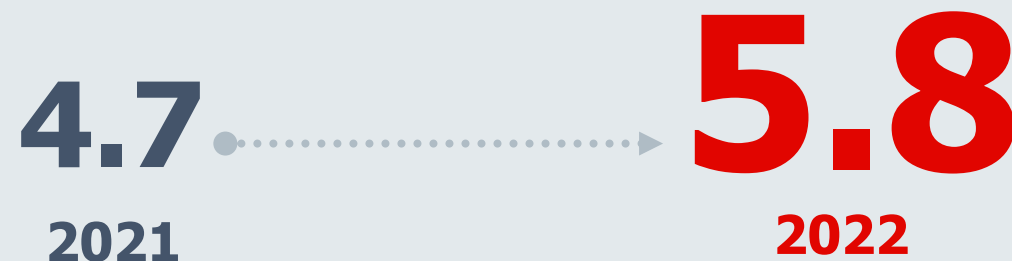
В момент кризиса люди
готовы изменить привычкам и
переключиться на новый
бренд или продукт



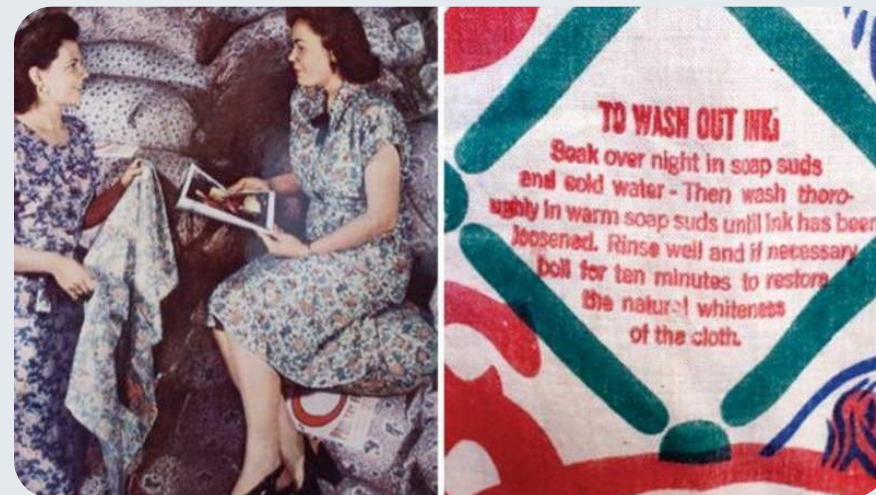
РЕВИЗИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ – ЛЮДИ НАЧИНАЮТ ПОКУПАТЬ УМНЕЕ

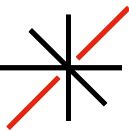
В 2022 ГОДУ РЕПЕРТУАР ПОСЕЩАЕМЫХ МАГАЗИНОВ ВЫРОС

ЧИСЛО МАГАЗИНОВ, ПОСЕЩЕННЫХ
ЗА ПОСЛЕДНИЙ МЕСЯЦ



СОЗДАНИЕ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ
ЦЕННОСТИ

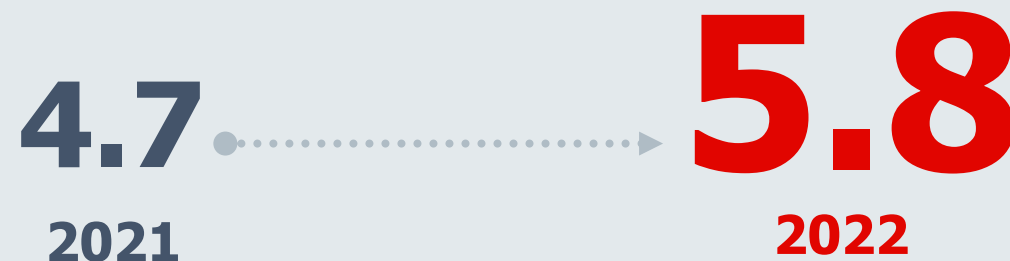




РЕВИЗИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ – ЛЮДИ НАЧИНАЮТ ПОКУПАТЬ УМНЕЕ

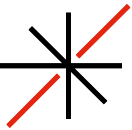
В 2022 ГОДУ РЕПЕРТУАР ПОСЕЩАЕМЫХ МАГАЗИНОВ ВЫРОС

ЧИСЛО МАГАЗИНОВ, ПОСЕЩЕННЫХ
ЗА ПОСЛЕДНИЙ МЕСЯЦ



ИЛИ
ОБНОВЛЕНИЕ
ЗАБЫТОГО, НО
АКТУАЛЬНОГО
ПРОДУКТА

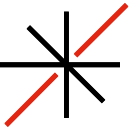




ДОСТАВЛЯЙТЕ!

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





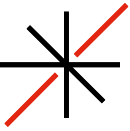
**ЛЮДИ ВЫБИРАЮТ НЕ БРЕНДЫ,
А ТО УДОВОЛЬСТВИЕ, КОТОРОЕ
ПРИНОСИТ ИХ ПОКУПКА**

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**

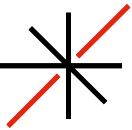
5%

Выручки

Премиальный ритейл:

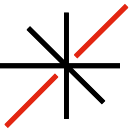
- Покупки 1 раз в месяц
- В дни зарплат (20-25 числа)
- 94% в категории «Десерты»





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





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



7 200 руб.

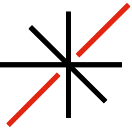


Я Сплит
тинькофф | IIII ДОЛЯМИ
ЧАСТЯМИ

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 IKEA, которая будет
поделена рынком

+42%

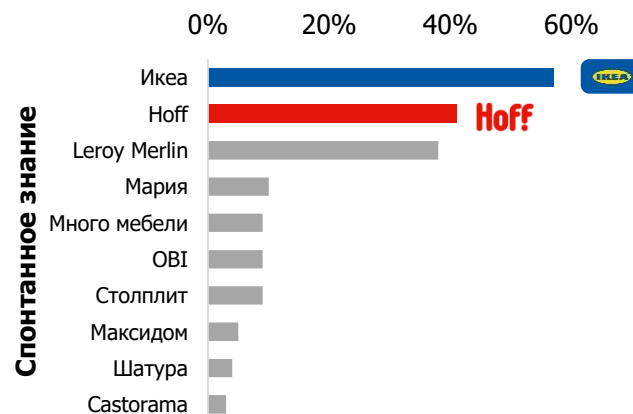
Продажи в янв.-сен. выросли
на фоне ухода лидера и
повышенных медиаинвестиций

Hoff

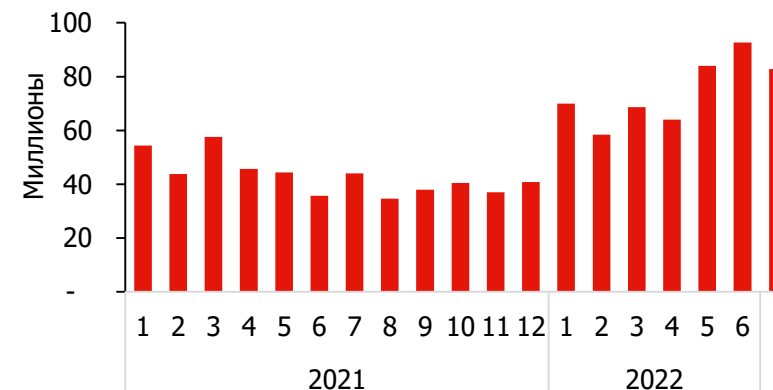


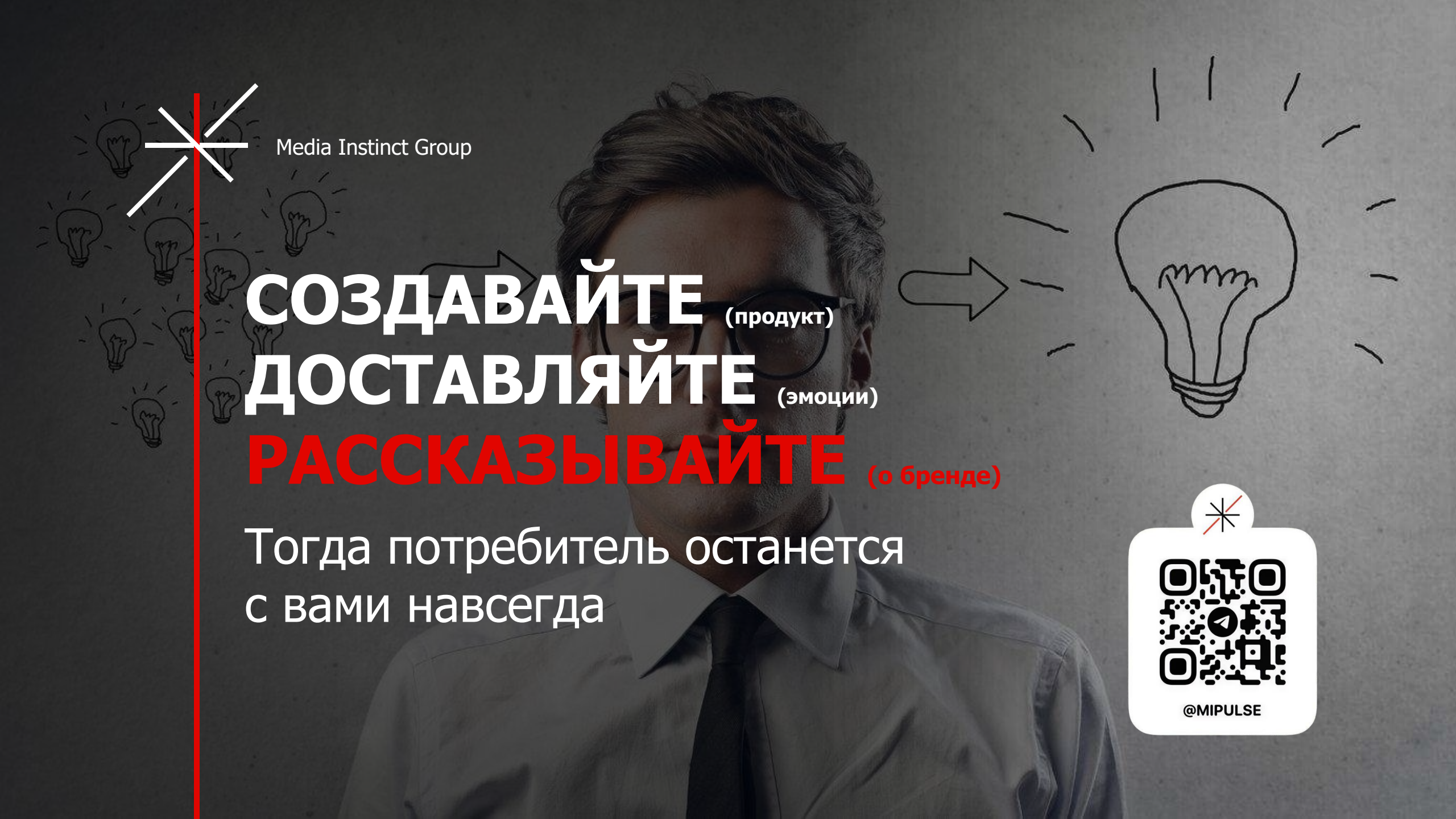
Дом, ремонт

-32% за год, -2% за неделю



ДИНАМИКА МЕДИАБЮДЖЕТОВ HOFF



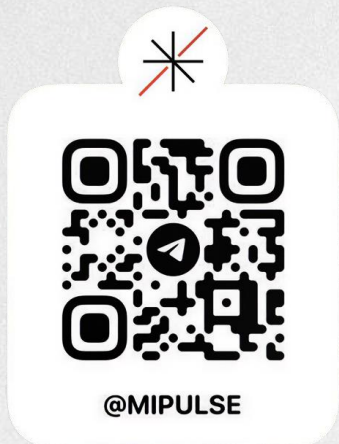


Media Instinct Group

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

