



BATYREV CONSULTING
GROUP

СПЕЦИАЛЬНО ДЛЯ ФОРУМА МАКСИМА БАТЫРЕВА

ПРОДАЖИ ПО-НОВОМУ

ДЛЯ ТЕХ, КТО ЗАНИМАЕТСЯ ПРОДАЖАМИ,
И КОМУ НУЖНЫ ПРОВЕРЕННЫЕ РАБОЧИЕ ИНСТРУМЕНТЫ, А НЕ ТУМАННЫЕ
ПРИМЕРЫ ЕВРОПЕЙСКИХ ГИГАНТОВ



ПОКУПАТЕЛЬ 2023-24

настроения, ожидания, триггеры покупок
и что в этой связи делать бизнесу?

30.09.2023, Москва



ЕЛЕНА СЫСУЕВА

Руководитель отдела
Стратегический маркетинг, АРБ Про



поток
смешанных реальностей



мозг получает >
информации, чем
может обработать



трагический оптимизм

эмоциональная множественность

непоследовательное поведение

шок будущего

фрустрация и тревожность

размытая структура суток

усталость от сострадания

полярность мнений, настроений



Рокировка команд

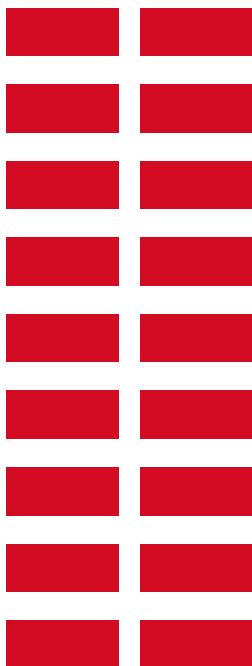
Слом бизнес-моделей

Изменение расстановки сил бизнеса

10%
до 2019



90%
2020-2023



Всех мировых данных

Что такое стратегия?

Стратегия - это совокупность долгосрочных целей компании и способов их достижения

Стратегия – «что, для кого, с какой пользой» мы будем делать, чтобы компания была нужна рынку через 3-5-10 лет





Что будет драйвером роста?

На закрытии тотального дефицита

Бартеризация расчётов
-> отгрузка с колес ->
рынки

На масштабе и сетевой структуре

Офис и магазин на
каждом углу. Сетевая
структура дает
выигрыш в цене
закупки и отгрузки,
доступ к трафику.
Бум спроса на
коммерческие
площади

На цифре, контрасте и скорости

Скоростные и цифровые
теснят больших, эпоха
новых лидеров.
Онлайн-маркетинг и
продажи
трансформируют
дистрибуционное звено.
Контрастные продукты
забирают спрос на себя

На дата-драйвен подходе+ эмпатии

Управление бизнесом
строится на данных. ИИ в
помощь всем функциям.
Лидирующие позиции у
клиентцентричных бизнесов:
счастье, LTV клиента -
сквозная KPI всех
департаментов (логистика,
продажи, маркетинг, HR,
ИТ...), новые орг.структуры

1992+

2003+

2014+

2024+

ИТ и спецы с ↑ уровнем эмоционального интеллекта в помощь

ОЖИДАНИЯ КЛИЕНТА – ...

Сформированный в сознании образ будущих событий, основанный на собственных потребностях и привязанный к конкретному объекту

ОЖИДАНИЯ КЛИЕНТА ≠ CONST





ОЖИДАНИЕ РЕАЛЬНОСТЬ

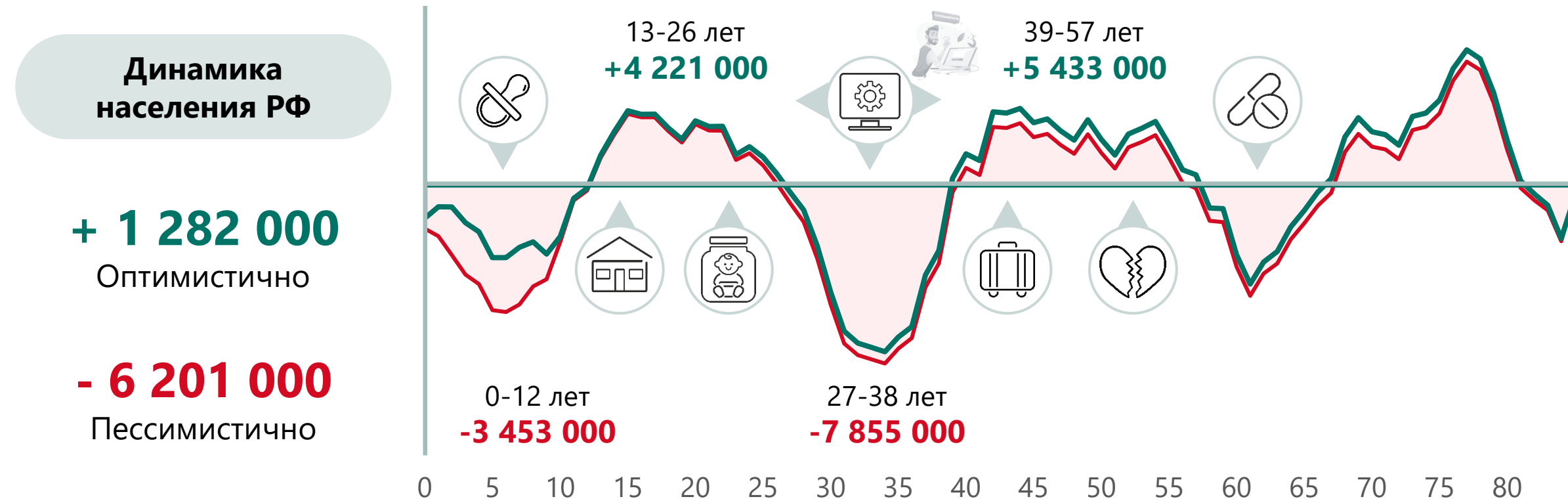
Новые территории. Итого 89 регионов. 152+ млн чел



Новые территории. Итого 89 регионов. 152+ млн чел

Изменение численности населения РФ 2030 к 2022 без учета новых террит. границ

за счет приезда/отъезда мигрантов, естественных рождаемости и смертности, без учета изменения территориальных границ и прямых последствий военных действий, терактов, эпидемий



Демография

Бюджет внимания на новую ЭАН - «Z Y», - генератор прибыли завтрашнего дня. **«Столбите» себе новых покупателей и молодых сотрудников.** Ждут оффер уже во время учебы

Внимание людям зрелого возраста как к клиентам и сотрудникам

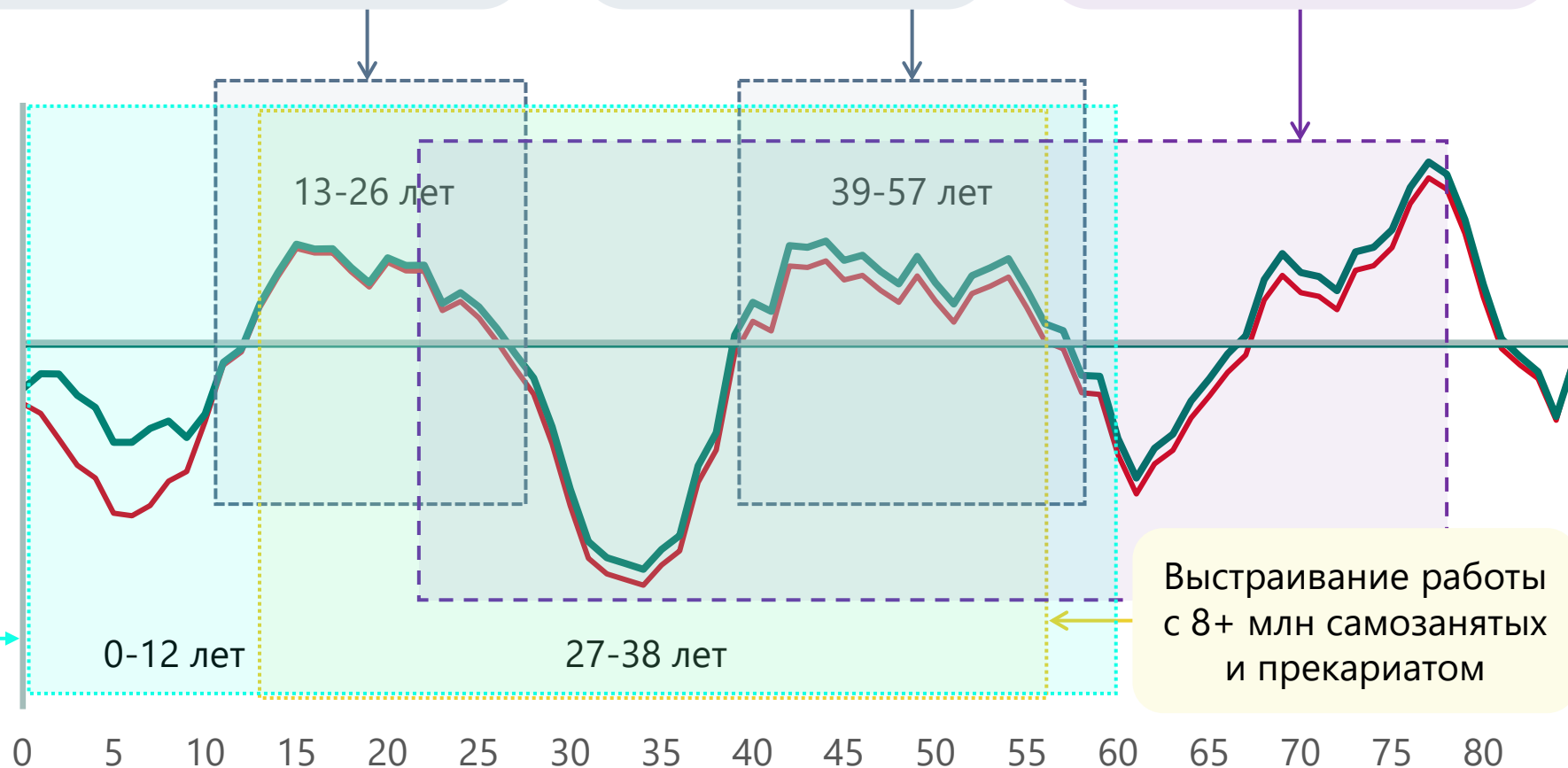
65+млн.домашних питомцев. Гуманизация питомцев, повышение внимания к их здоровью и благополучию

Динамика населения РФ

+ 1 282 000

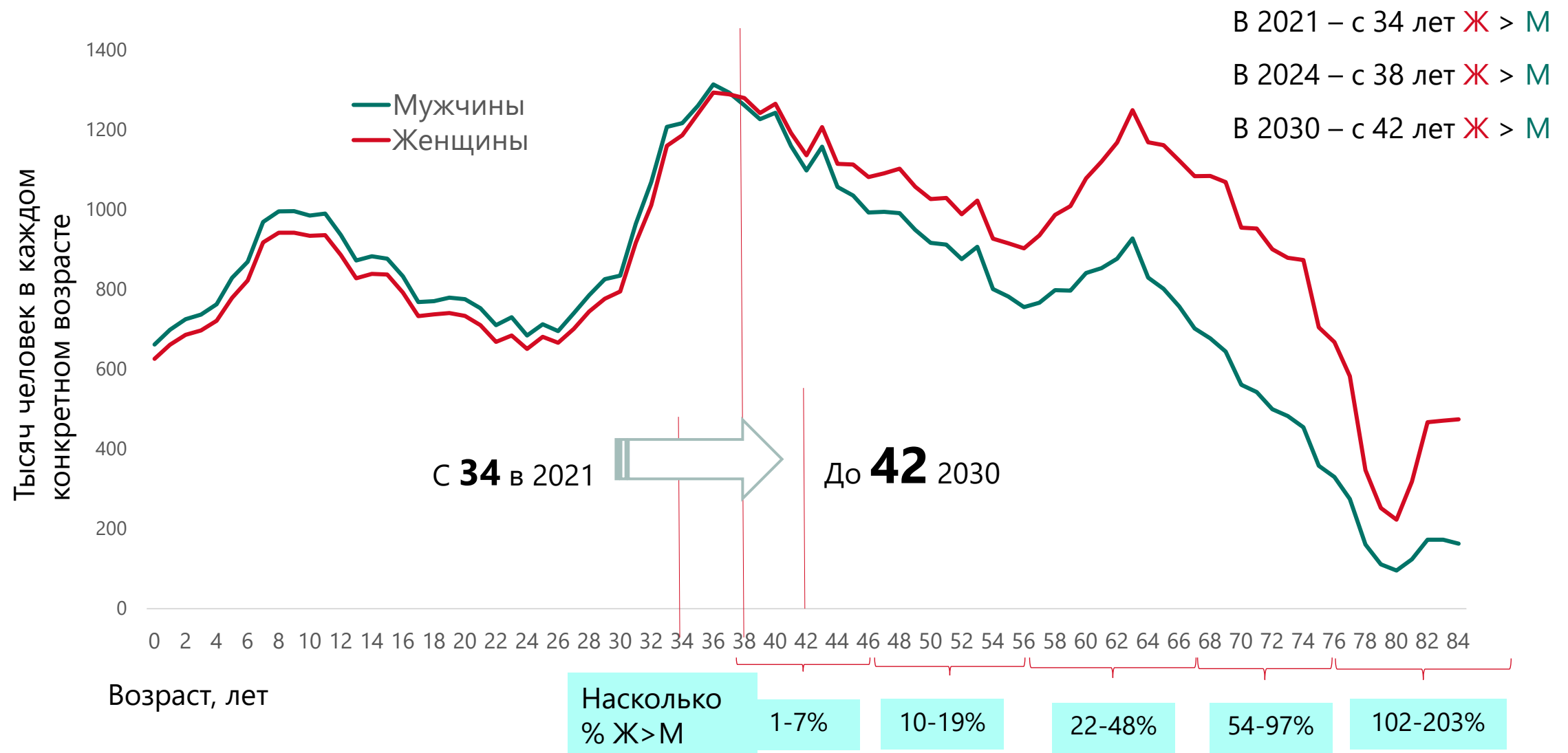
Оптимистично

Профилактика старых и новых болезней



Выстраивание работы с 8+ млн самозанятых и прекариатом

В России мужчин рождается больше и их численно больше, чем женщин на 5%... до определенного возраста



№1

ГРАНИЦЫ СОЦИАЛЬНОЙ ВЗРОСЛОСТИ И МОЛОДОСТИ РАСШИРЯЮТСЯ

Быстрее взрослость, дольше молодость
Отрицание возраста, люди без возраста



Границы социальной **ВЗРОСЛОСТИ** и молодости расширяются

Быстрее взрослость, дольше молодость. Отрицание возраста, люди без возраста

- Детские банковские карты 6-14 лет
- Молодежные банковские карты для подростков (старшеклассников) и студентов от 14 до 22 лет
- Снижение возраста самозанятых до 14 лет
- Рост числа водительских удостоверений лицам до 25 лет. Снижение возраста допуска к экзаменам на вождение и к вождению (01.04.2024)
- Спа-салоны для детей, тематические квесты, вечеринки 3-13 лет
- 13+ млн. волонтеров
- Средний возраст бизнесменов разных акселераторов - 16–20 лет



Поколение с бизнес-интуицией и желанием широкой коммерциализации идей за счет венчурных денег, Digital и AI нативные, социально-ответственные

Границы социальной зрелости и **МОЛОДОСТИ** расширяются

Быстрее зрелость, дольше молодость. Отрицание возраста, люди без возраста

- 37+ млн. людей в возрасте 50-70 лет к 2030 и 1,7 млн. 70+ лет. Продолжительность жизни в 2023 – 73+ года
- Работающие пенсионеры сейчас 7+ млн.
- План ↑ продолжительности здоровой жизни россиян до 67 лет
- Грантовый фонд для проектов «Активное долголетие 2023
- Посетители спортзалов, скандинавская ходьба, наращивание ресниц и ногтей. - ходят чаще, чем любая другая возрастная группа
- Всплеск интереса к процедурам продления жизни



Поколение «При деле», ведущее насыщенную жизнь, привыкшее тратить на себя, инвестировать в себя



ПРОДЮСЕРСКИЙ ЦЕНТР
K&M Corp.

ГРАНД-ДЕВИЧНИК "РОЗОВЫЙ ФЛАМИНГО"

арт-пространстве Бохай

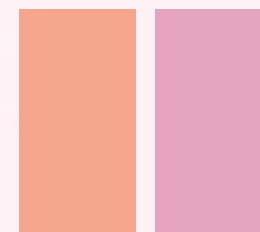


аудитория
заполненн
й образ

50+

Дресс-код

На мероприятии будет действовать
дресс-код, обязательный для
соблюдения всеми участниками



66
лет
Секция
концертов

Виктория Колитенко

директор культурного комплекса «Экватор»

№2

КЛИЕНТЫ ВСЁ БОЛЕЕ РАЗНЫЕ

Идет дробление потребностей. Образ жизни, потребности, сценарии клиентов **ВАЖНЕЕ** возраста и уровня доходов при принятии ими решения о покупке



Образ жизни, потребности, сценарии клиентов **ВАЖНЕЕ** возраста и уровня доходов при принятии ими решения о покупке



Образ жизни, потребности, сценарии клиентов **ВАЖНЕЕ** возраста и уровня доходов при принятии ими решения о покупке

Блэже
(стыковка
отпуска с
командировкой
и наоборот)

ЗОЖ-меню
(здоровый
образ жизни)

сновидения
через
нейросети

Глэмпинг
(кэмпинг с
удобствами)

интерактивный
интерьер

Займ до
зарплаты

У меня 3 дня
конфы, а
разместить
нужно 10, 18, 3
человек в
разные дни

low-to-no
alcohol
(безалкогольны
е мероприятия)

Область внимания бизнеса 2023-24

1. Растущие ниши и импульсность покупок есть и будут. Важна **встройка в лайфстайл, попадание в потребность, сценарий и повестку дня человека/бизнеса**
2. 1 продукт – 5+ описаний - Гиперсегментация контента, товаров, услуг, вариантов сделок
3. Внимание к деталям и нюансам, обучение сотрудников новым навыкам
4. Инклюзивность -> Включение всех в единую систему
5. Усиливать и поддерживать эмоциональную связь продукта и бренда с клиентами
6. Сообщества и чувство принадлежности важны

занятость,
баланс)

родительства)

пожалуйста

своего тела)

ных пищевых
отходов

фотографа на
телефон
гостей)

пожалуйста

отказаться от
мяса)

ПОВЕДЕНИЕ КЛИЕНТА ВСЁ БОЛЕЕ ПОЛИМОТИВАЦИОННОЕ

Работает ∞ число совокупностей триггеров в единицу времени. Но ведущая мотивация в моменте есть.

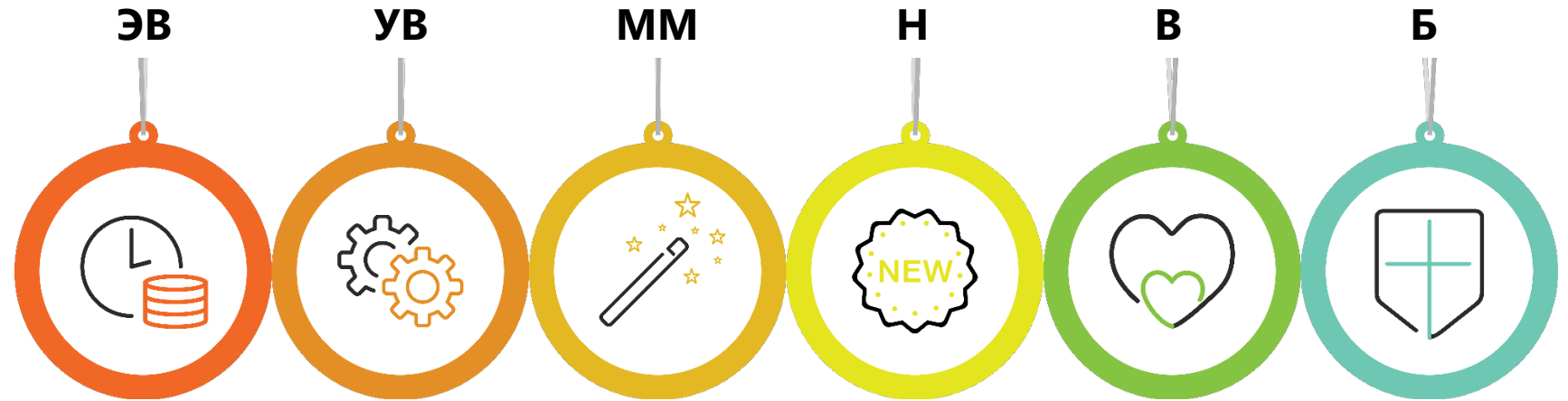


Работает ∞ число совокупностей триггеров в ед. времени. Но есть ведущая мотивация



Дизайн и Эстетика

привлекающий внимание, продуманный до нюансов, необычный, креативный, смешной, вызывающий яркие эмоции и желание купить



Экономия времени

возможность быстро приобрести, сэкономить время благодаря продуманности продукта, быстрое общение с компанией

Удобство взаимодействия

коммуникация, покупка, применение, бесшовный сервис, омниканальность, диджитальность

Magic moments (волшебные моменты и эмоции)

удивление, предвосхищение при соприкосновении с брендом, инновации

Новинки

качественное обновление, трендовость, регулярность взаимодействия с брендом

Вовлеченность

в жизнь бренда, двусторонняя коммуникация, участие в создании продукта, причастность к его жизни, интерактивные сервисы

Безопасность

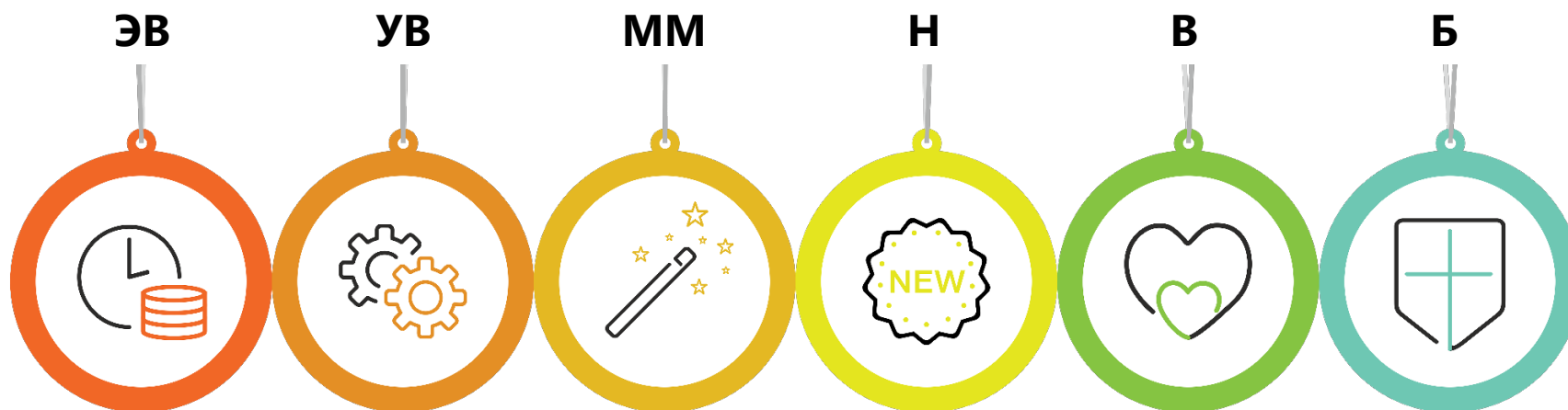
для окружающей среды страны, мира и собственного здоровья. Ответственное отношение к ресурсам

Работает ∞ число совокупностей триггеров в ед. времени. Но есть ведущая мотивация



Дизайн

привлекающий внимание, необычный, креативный, смешной, вызывающий яркие эмоции и желание обладать, instagramable



Область внимания бизнеса 2023-24

1. Мониторинг полимотивов и ведущей мотивации клиентов – база для создания продукта, который хочется (а) хватать и (б) пролонгировать контакты
 - Data-driven исследования на первый план (данные упр. учета, CRM, программ лояльности, систем учета 1С, веб-аналитика Яндекс.Метрика, Яндекс.Вордстат и т.п.)
 - Исследования клиентов (наблюдения, интервью, опросы, фокус-группы)
2. Метить **в совокупность** мотивов/триггеров
3. Регулярно создавать хиты с коротким жизненным циклом

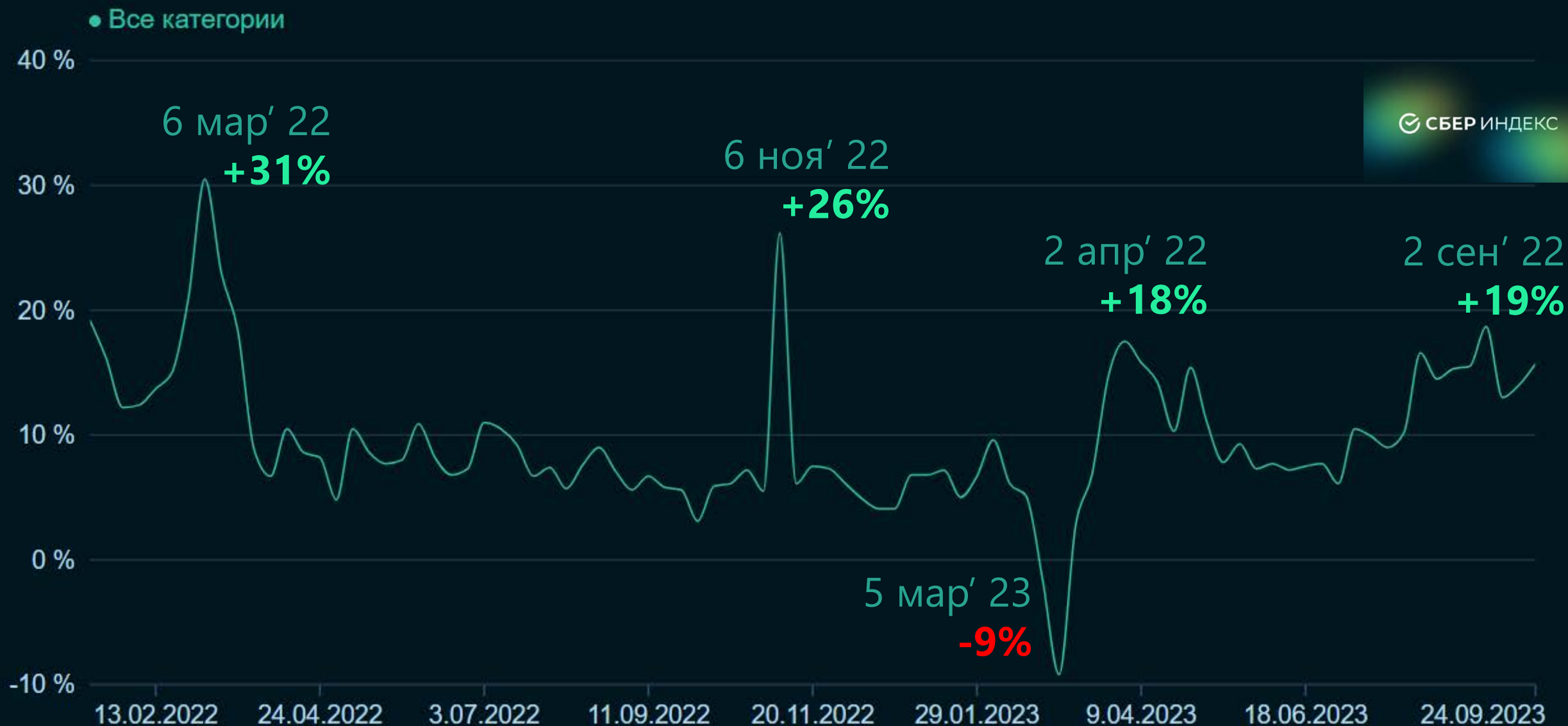
№4

ХАРАКТЕР ЗАКУПКИ КЛИЕНТА
ПОЛЯРИЗУЕТСЯ ПО РЕГИОНАМ.
ОНЛАЙН ТОЖЕ МЕНЯЕТСЯ





Объем расходов потребителей на товары и услуги к сопоставимой неделе предшествующего года (% г/г), 2022-2023. Онлайн+офлайн



Где тратят?

Топ-15 **растущих** каналов 9 мес. 2023 к 2022 (% г/г)

Категории	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Всего
Контрактные услуги	-0,9	7,4	5,6	71,0	62,6	70,6	86,3	109,5	107,0	48,4
Развлечения	42,7	40,4	73,0	58,2	28,6	32,7	32,0	35,4	31,6	43,8
Универсальные магазины и маркетплейсы	34,8	29,2	35,8	50,0	34,4	30,9	30,8	35,7	47,7	36,7
Авиабилеты	11,2	26,6	106,4	67,5	14,9	10,2	13,8	17,5	5,9	34,4
Турагентства	34,5	18,6	64,1	20,9	19,7	1,1	19,0	23,0	-2,2	24,4
Медицинские услуги	13,7	21,3	26,9	34,0	20,6	18,3	19,4	23,5	16,6	22,1
Кафе, бары, рестораны	20,2	16,2	26,5	25,9	17,3	21,6	22,5	16,6	15,7	20,8
Автодилеры и автозапчасти	2,5	-1,5	-4,6	47,6	25,3	22,1	29,9	39,5	29,0	19,3
Такси, каршеринг, аренда а/м	-5,5	4,7	14,6	37,7	21,0	24,4	23,7	33,2	20,0	17,9
Салоны красоты, массаж, SPA	1,8	6,8	21,7	23,9	11,4	8,0	10,9	15,9	10,0	12,3
Топливо, автосервис	0,1	9,8	10,4	18,5	3,2	5,1	5,2	14,8	12,9	8,5
Непрод. товары	-0,5	-5,3	-6,7	19,9	10,0	6,6	8,2	17,6	23,2	6,7
Продуктовые магазины	10,5	9,1	2,4	2,2	3,1	3,7	3,5	8,2	8,7	5,5
Продовольствие	9,0	7,6	1,6	1,8	2,1	2,7	2,7	7,4	8,0	4,6
Хобби и увлечения	3,6	6,8	12,7	17,9	-8,0	-12,8	-6,3	-1,7	-9,0	2,2

Где тратят реже? Кризис концепций

Топ-15 **падающих** каналов 9 мес. 2023 к 2022 (% г/г)

Категории	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Всего
Канцтовары	-22,6	-25,8	-34,4	-22,1	-21,8	-14,9	-11,9	-5,3	3,5	-19,9
Мебель и предметы интерьера	-33,1	-36,3	-41,8	-4,9	-4,7	-5,4	-18,1	-2,3	12,1	-17,7
Книги, музыка, фото и видео	-5,1	-10,6	-8,9	-16,9	-29,2	-30,7	-16,3	-11,4	-9,7	-15,5
Телеком оборудование и услуги	-22,8	-27,6	-12,8	-0,4	-5,0	-4,3	-3,5	4,8	7,4	-9,3
Товары для строительства и ремонта	-10,5	-17,5	-35,0	0,9	-5,1	-5,6	-4,5	5,9	11,8	-8,6
Винные магазины	-10,2	-12,0	-10,1	-1,4	-11,5	-9,8	-8,7	-4,5	-2,9	-8,2
Домашние животные	-8,0	-14,5	-28,1	5,5	-8,1	-8,1	-7,0	2,0	3,8	-7,8
Одежда, обувь и аксессуары	-14,9	-15,1	-9,5	7,7	-1,6	-15,5	-11,2	-2,4	-5,1	-7,4
Компьютеры и ПО	-3,3	-6,7	-23,6	-18,7	4,7	-6,0	-7,3	9,3	17,9	-6,2
Товары для красоты и здоровья	-7,0	-12,1	-22,8	7,5	-2,5	-7,1	-1,8	5,0	10,8	-4,5
Лекарства и медицинские товары	-6,6	-17,1	-24,3	8,3	2,3	-0,1	-2,2	4,9	5,3	-4,2
Бытовая техника и электроника	-19,3	-32,6	-33,4	10,4	0,7	4,1	9,4	40,1	39,7	-3,4
Duty Free	-35,1	-24,8	3,2	27,1	5,4	-3,5	-1,4	11,9	14,7	-2,1
Спорт	-32,6	-18,2	-14,6	15,7	8,2	-1,9	17,7	28,7	17,4	-1,6
Отели в России	-11,1	-7,7	-5,9	-22,9	-11,3	-14,1	-2,4	58,8	105,4	0,1

Разнообразие мест закупки по поляризуется регионам

Посещают **много** магазинов.
Разнообразие **растет**

Регион	2022	2023	%
Ненецкий автономный округ	132	170	31%
Ямало-Ненецкий автономный округ	116	140	23%
Хабаровский край	120	146	23%
Сахалинская область	123	145	21%
Республика Бурятия	137	163	20%
Магаданская область	130	154	20%
Курганская область	127	150	19%
Калининградская область	128	151	19%
Еврейская автономная область	146	172	19%
Омская область	119	140	19%
Камчатский край	117	136	18%
Республика Тыва	125	143	16%
Республика Саха (Якутия)	129	145	16%
Ульяновская область	133	152	16%
Республика Карелия	112	126	14%
Удмуртская Республика	117	131	13%
Чувашская Республика	120	133	13%
Республика Хакасия	123	136	12%
Республика Коми	111	122	12%
Республика Алтай	160	177	12%

Посещают **меньше** магазинов.
Разнообразие **сужается**

Регион	2022	2023	%
Краснодарский край	118	104	-11%
Московская область	98	88	-9%
Ленинградская область	118	108	-7%
Ставропольский край	115	109	-4%
Белгородская область	120	114	-4%
Ростовская область	116	112	-2%
Пензенская область	124	121	-1%
Иркутская область	118	116	-0%
Тамбовская область	123	122	0%
Владимирская область	110	109	1%
Калужская область	110	110	1%
Курская область	112	111	1%
Брянская область	116	117	2%
Саратовская область	119	120	2%
Москва	113	115	3%
Тульская область	121	123	3%
Алтайский край	129	131	3%
Псковская область	124	126	3%
Свердловская область	113	117	3%
Нижегородская область	116	119	4%

Уровень разнообразия мест закупки разнится **в 2+ раза**

Аптеки, Дрогери, Канцелярские магазины, спец. ретейл и УРС – в поиске рентабельных бизнес-моделей

- 1. Маркетплейсы** – товарные коммерческие запросы сформированный и несформированный спрос. **Всю зарплату - маркетплейсам**

SEO, отзывы, рич, внутренняя реклама....

- 2. Яндекс.** запросы содержательные – о функционале, о выборе, о составе, показаниях, отзывах. ↓

прогрев - отзывы, полезный контент

- 3. В соц.медиа** – первичное знакомство через лидеров мнений и покупка после обзоров на доверии ↑

работа с блогерами, - бренд и контракт

- 4. Приложения УРС, сервисов доставки, скидочных сервисов. Тренд как на МП ↑**

полка приложений

Яндекс

WILDBERRIES

	Спрос в Яндексе, шт.	Продажи на WB, шт.	В разы!!
	апрель – июнь 2023		
Зубная паста	1 537 438	14 360 452	9
Зубная щетка	949 906	7 297 467	8
Ирригатор	747 871	1 378 153	2
Электрическая ЗЩ	226 596	2 970 087	13
Ополаскиватель	96 575	1 686 589	17
Зубной порошок	55 050	356 615	6
Зубная нить	98 146	1 682 936	17
Флоссер	8 272	243 510	29

№5

КЛИЕНТ ИЩЕТ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД

Там где он а) упрощает продукт, б) ускоряет транзакцию и в) оптимизирует её. При этом ожидает персонализированного, человеческого взаимодействия в необходимых ситуациях

Техническая подкованность клиента опережает некоторые бизнесы



Покупатель ищет технологический подход там, где он упрощает продукт, ускоряет транзакцию и оптимизирует её

При этом ожидает персонализированного, человеческого взаимодействия в необходимых ситуациях



Кофе на вынос
60%+ продаж
кофе в кофейне.
Ready-to-eat



Автоинвестирование



Умная одежда
для спорта и проф.
деятельности



Автоматизация
повторных продаж
через триггеры
клиентам и топам



Парковочные
места



Мониторинг
состояния
оборудования.
Дашборды

Покупатель ищет технологический подход там, где он упрощает продукт, ускоряет транзакцию и оптимизирует её
При этом ожидает персонализированного, человеческого взаимодействия в необходимых ситуациях



1. Голосовая торговля будет стимулировать домашнюю торговлю
2. Телевизионная коммерция – прямой переход к продуктам во время просмотра
3. Тест продуктов через VR, AR с и без товарного запаса
4. SCAN&GO, кассы самообслуживания
5. Киоски самостоятельного заказа

Контент, созданный нейросетью

The screenshot displays the Neuro-Texter web application interface. On the left is a purple sidebar with the 'HT' logo and icons for home, documents, a selected document, images, a magic wand, and a chat bubble. The main area is divided into two panels. The left panel contains controls for text generation: a prompt input field labeled 'Напишите тему поста', toggle switches for 'Добавить теги' and 'Использовать эмодзи', a slider for 'Задайте желаемое количество символов в итоговом тексте', a slider for 'Креативность нейросети', and a green 'Сгенерировать текст' button with a note '(не более чем за 142)' and a brain icon. The right panel shows the generated content on a light pink background, featuring a title, a greeting, and two paragraphs of text about eco-friendly toothpaste, all decorated with various emojis.

HT

Поиск функций...

Напишите тему поста

Добавить теги

Использовать эмодзи

Задайте желаемое количество символов в итоговом тексте

Креативность нейросети

Сгенерировать текст
(не более чем за 142)

1000 +

0

Эко-дружелюбная улыбка!

Привет, друзья! Сегодня я хочу поделиться с вами новым открытием – эко зубная паста!

Мы все стремимся к экологически чистой жизни, и поэтому выбор правильных продуктов для ухода за собой и окружающей средой становится все важнее. И зубная паста здесь не исключение!

Эко зубная паста – это идеальное решение для тех, кто хочет сохранить свою улыбку белоснежной, но не нарушать баланс природы. Она производится из натуральных и органических ингредиентов, которые не наносят вреда окружающей среде.

Одним из основных компонентов эко зубной пасты является бамбуковый уголь. Он эффективно отбеливает эмаль зубов, устраняет неприятный запах изо рта и предотвращает образование зубного налета. При этом бамбуковый уголь является биоразлагаемым материалом, поэтому его использование не наносит вред окружающей среде.

Контент, созданный нейросетью



Контент, созданный нейросетью

The screenshot shows the Neuro-Texter AI web application interface. On the left is a purple sidebar with the 'HT' logo and a menu containing: Главная, Мои тексты, Генераторы текста (expanded), and a list of options: Посмотреть все генераторы, Статья, Рекламный текст, SEO-description, and Названия. The main area has a top bar with a search function 'Поиск функций...', a user profile icon, and two resource counters: 871 brain icons and 0 coin icons. Below the search bar is a text input field labeled 'Напишите тему поста'. There are two toggle switches: 'Добавить теги' (disabled) and 'Использовать эмодзи' (disabled). Below these are two sliders: 'Задайте желаемое количество символов в итоговом тексте' (set to approximately 10%) and 'Креативность нейросети' (set to approximately 50%). A large purple button at the bottom center says 'Сгенерировать текст (не более чем за 88 🧠)'. On the right, a generated text preview is shown in a light purple box, featuring a post about eco-cream with various emojis.

HT

Главная

Мои тексты

Генераторы текста

Посмотреть все генераторы

Статья

Рекламный текст

SEO-description

Названия

Поиск функций...

Напишите тему поста

Добавить теги

Использовать эмодзи

Задайте желаемое количество символов в итоговом тексте

Креативность нейросети

Сгенерировать текст
(не более чем за 88 🧠)

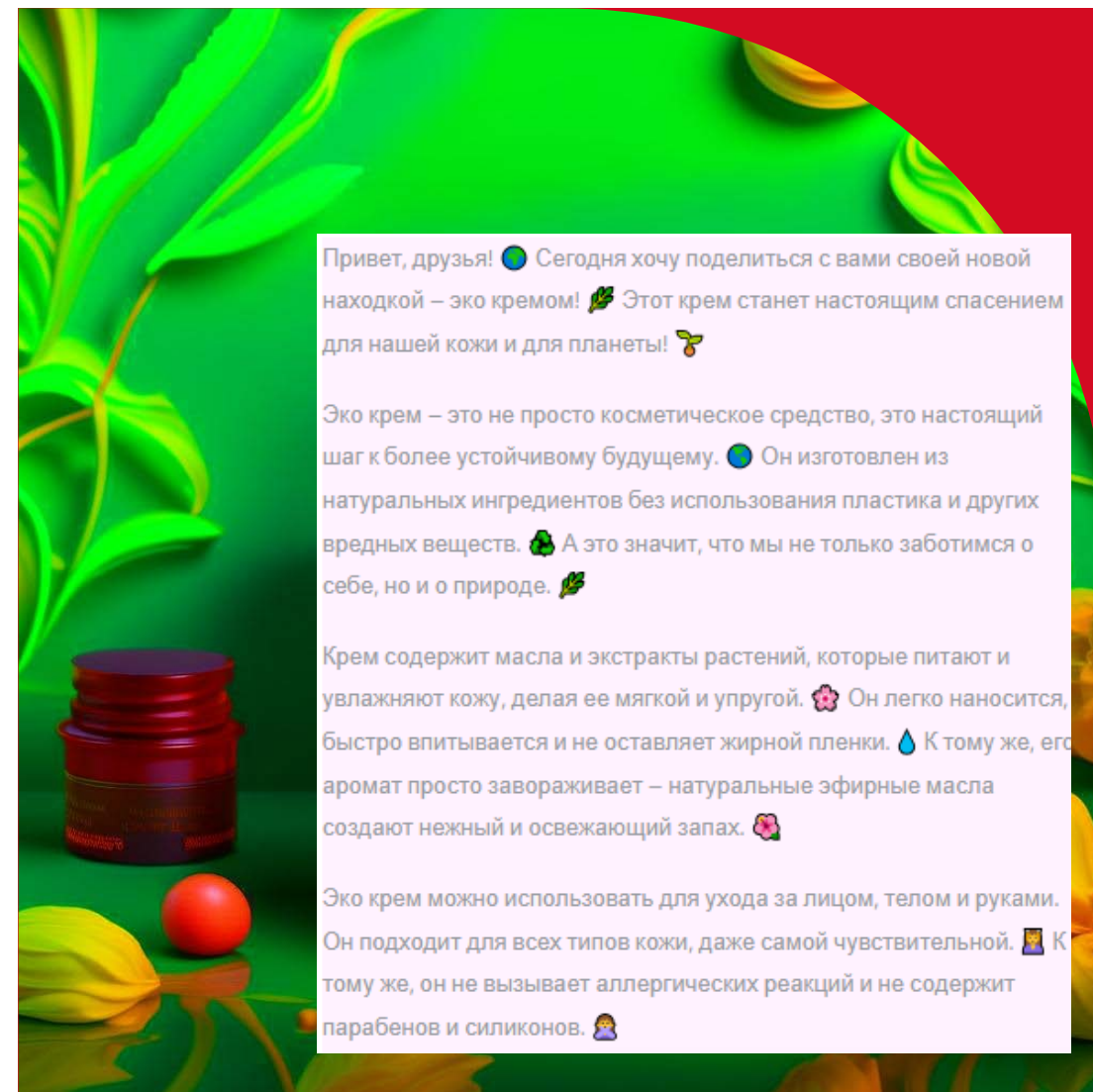
Привет, друзья! 🌍 Сегодня хочу поделиться с вами своей новой находкой – эко кремом! 🌿 Этот крем станет настоящим спасением для нашей кожи и для планеты! 🍃

Эко крем – это не просто косметическое средство, это настоящий шаг к более устойчивому будущему. 🌍 Он изготовлен из натуральных ингредиентов без использования пластика и других вредных веществ. 🌱 А это значит, что мы не только заботимся о себе, но и о природе. 🌿

Крем содержит масла и экстракты растений, которые питают и увлажняют кожу, делая ее мягкой и упругой. 🌸 Он легко наносится, быстро впитывается и не оставляет жирной пленки. 💧 К тому же, его аромат просто завораживает – натуральные эфирные масла создают нежный и освежающий запах. 🌺

Эко крем можно использовать для ухода за лицом, телом и руками. Он подходит для всех типов кожи, даже самой чувствительной. 🧴 К тому же, он не вызывает аллергических реакций и не содержит парабенов и силиконов. 🧑‍🔬

Контент, созданный нейросетью



Покупатель ищет технологический подход там, где он упрощает продукт, ускоряет транзакцию и оптимизирует её

При этом ожидает персонализированного, человеческого взаимодействия в необходимых ситуациях



Область внимания бизнеса 2023-24

Куда без технологий? Технологии, как источник выручки и клиентского счастья

1. решают типовые и нетиповые задачи, не вникая в суть
2. делают процесс заказ более комфортным
3. вызывают интерес и желание пробовать

Технологии, как способ срезать затраты

1. улучшают управляемость, способствуют повышению качества обслуживания
2. напрямую уменьшают расходы компании и клиента в производстве, сервисе, логистике, маркетинге, HR, риск-менеджменте...

№6

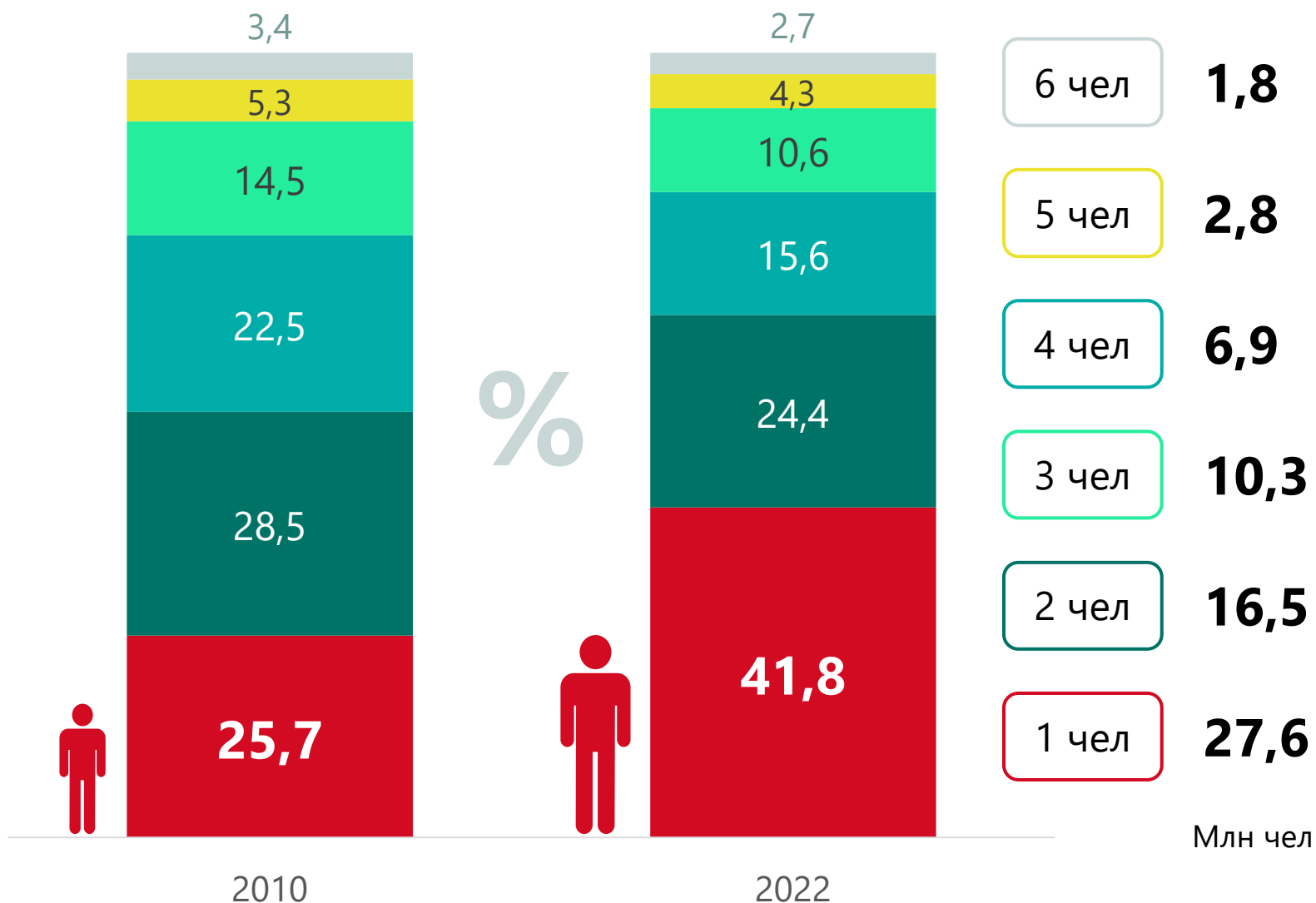
ОДИНОЧКИ В ТРЕНДЕ

Рост числа одиночных домохозяйств и перегруженных людей разгоняют со скоростью ветра спрос на две ветки “single” (одиночек) - услуги и товары для **одиночного проживания и уединения**



41% домохозяйств в России – одиночные

66,06 млн. домохозяйств в России, 2022

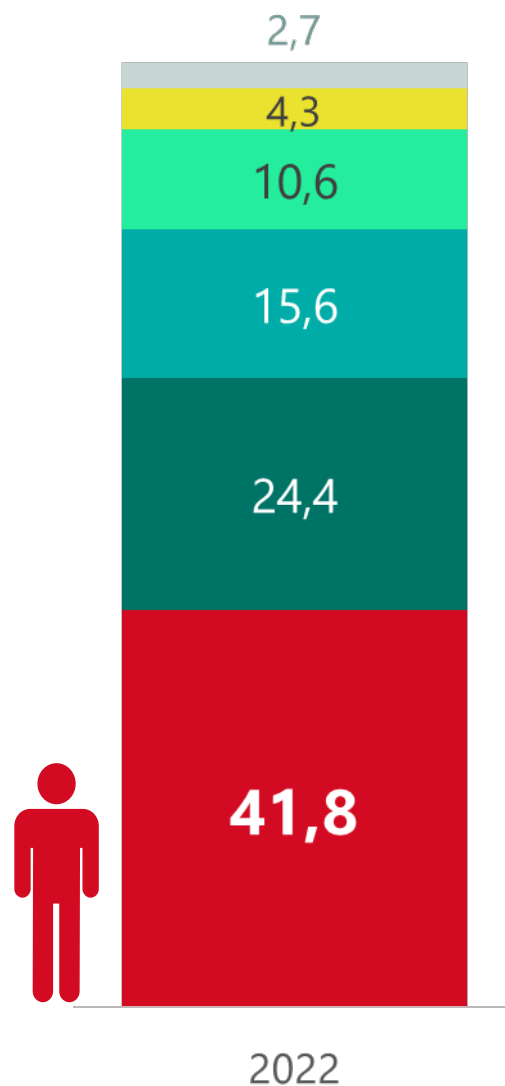


4 ветки одиночества:

1. Вынужденное одиночество
2. Социальный разбег
3. Социальное уединение
4. Временное уединение

41% домохозяйств в России – одиночные

66,06 млн. домохозяйств в России, 2022



Область внимания бизнеса 2023-24

Развития предложения для рынка SINGLE

1. вынужденных одиночек – объединение, смыслы, инфраструктура здорового одиночества
2. «перегруженных» людей, которым важно временное уединение, фокусировка на своем состоянии, задачах – тотальная тишина, инкогнито, места для одного

№7

СТИРАЮТСЯ ГРАНИЦЫ МЕЖДУ КРАСОТОЙ И WELLBEING В ЦЕЛОМ

Понятие красоты и здоровья становится более всеобъемлющим, многослойным, переосмысливается. Все это часть lifestyle



Знаете, что это ?

- Номера Five Feet to Fitness в отелях Hilton для «фанатов спорта»
- 10+ тренажеров и аксессуаров



Стираются границы между красотой и wellbeing в целом, понятие красоты и здоровья становится более всеобъемлющим, многослойным, переосмысливается. Все это часть lifestyle

1. **Медийность темы:** здоровье, ЗОЖ, хелсонизм и «здоровый» контент становится популярным среди всех возрастов. Все слушают всех
2. «БАД» НЕ чудо-средство от всех болезней, а источник микроэлементов, витаминов и средство для общего укрепления организма. **БАД становится частью ЗОЖ.**
3. **Уход за домом становятся частью ЗОЖ философии**
4. **Уход за животными становятся частью родительской философии**
5. **Ментальное здоровье и детокс – мировоззрение.** Все более внимательное отношения к себе и своему состоянию и чувствам
6. **Digital и ИИ - неотъемлемая часть продукта.** Внешнее управление организмом. **Приложения** для отслеживания эмоций, настроения, выработать позитивные привычки, связываться с терапевтами и другими пользователями за поддержкой
7. **Цифровые аватары** для имитации уже умерших людей. которые максимально точно запечатлевают и воплощают реальных людей, тем самым позволяя им жить в цифровом формате дольше, чем длится их человеческая жизнь.
8. **Экологичность и ЗОЖ 360°:** философия, упаковка, продукты, ингредиенты, поведение...
9. Рост спроса на **DIY уход** - продукты / девайсы / приложения



Стираются границы между красотой и wellbeing в целом, понятие красоты и здоровья становится более всеобъемлющим, многослойным, переосмысливается. Все это часть lifestyle

- 📍 Аптеки
- 📍 Магазины косметики и парфюмерии, товаров для дома
- 📍 Магазины здорового питания
- 📍 Салоны красоты
- 📍 Бьюти-коворкинги
- 📍 Частные мастера
- 📍 Маркетплейсы
- 📍 Многопрофильные медицинские центры
- 📍 Умные девайсы на основе IT и биотехнологий
- 📍 Фитнес-центры
- 📍 Отели
- 📍 Лечебные курорты/базы/туризм, в т.ч. корпоративный wellness
- 📍 Стоматологические клиники
- 📍 Пластическая хирургия
- 📍 Универсальные сети
- 📍 Сервисы доставки здорового питания
- 📍 Спа и массажные-салоны
- 📍 Коучи, психологи, ...
- 📍 Онлайн-марафоны здоровья

**Нарастает непрямая конкуренция между типами игроков
и возникает множество продуктовых ниш**

Стираются границы между красотой и wellbeing в целом, понятие красоты и здоровья становится более всеобъемлющим, многослойным, переосмысливается. Все это часть lifestyle

Область внимания бизнеса 2023-24

1. ЗОЖ с очевидным эффектом
2. Микс продуктов (средства гигиены с косметическим эффектом, мыло с сывороткой, зубная паста с блестками, пенная для ванны – крем для тела) и форматов
3. Заботливая коммуникация. более внимательное отношения к себе и своему состоянию и чувствам -> **ожидание эмпатии и заботы от других людей, брендов, бизнесов, продуктов**
4. Гранты ЗОЖ
5. Фитнес, йога, ретриты, ММА абонементы, психолог, программы оказания первой помощи, как элементы системы мотивации сотрудников
6. Мониторинг не прямых конкурентов

№8

NOWISM: СОКРАЩЕНИЕ ГОРИЗОНТА ПЛАНИРОВАНИЯ

**дистанция короче, решений «в моменте» больше,
стремление жить в своем темпе крепче**
(NOW – сейчас)



NOWism: сокращение горизонта планирования.

Стремление жить в своем темпе

ЧТО С БИЗНЕСОМ: Подтверждение проектов в последний момент, договора аренды, условия оплаты, тревел расходы, корп. обучение фокус на быструю отдачу и разучение, долгосрочная мотивация не работает, скепсис и сопротивления команды к длинным проектам, создание баз альтернативных поставщиков сырья и прочего. Кризис бизнес-идеи будущего

ЧТО С ЧЕЛОВЕКОМ: Перестали прятаться в будущем (планировали, жили в планах и ежедневниках). Столкнулись с собой в моменте. Кто споткнулся, кто встретился лицом, кто врезался, кто знакомится. Готовность, с которой пришли к настоящему моменту разная. Идет осознание себя, распаковка, перетряхивание установок, привнесение смысла и легкости

ТРЕБОВАНИЕ К МИРУ

Максимальная скорость доступа к чему-либо «от ЗАХОТЕЛ до ПОЛУЧИЛ». Все меньше готовность переплачивать за скорость, скорость - базовая часть продукта

Гарантия стабильности - заморозки цен, курса, условий оплаты, зарплат, доставки

Маневренность и гибкость сотрудничества



Область внимания бизнеса 2023-24

- **Скорость**
 - Удержание внимания клиента через скорость процессов и регулярность инфо-поводов
 - Сотрудничество со скоростными, ЦА которых – молодое ЭАН
 - Скорость как KPI в компании (разработки продуктов, 0 терпимости к срыву сроков логистики, обработки заявок)
- **Поддержка долгосрочного планирования**
 - работа с тем, что дает возможность клиенту/сотруднику быть уверенным в своем завтрашнем дне - гарантии заморозки цен, условий, зарплат, амбициозные задачи
- **Манёвренность** – сценарное планирование и готовность к планам А,Б,В
- **Принятие и комфортное пребывание в настоящем** – работа со смыслами «здесь и сейчас», давайте возможность замедляться клентам «мы скоростные, чтобы вы успевали замедлиться»



№9

ПОИСК ВАРИАНТОВ ПАССИВНОГО ДОХОДА

Люди инвестируют в самые разные активы,
наметился рост финграмотности и интереса
к инвестированию в бизнес



Поиск вариантов пассивного дохода

Люди инвестируют в самые разные активы, интерес к инвестированию в бизнес



депозиты физ, юр лиц
и ИП (62 на 01.09.22)

78 трлн
руб

на брокерском
обслуживании и ДУ

3 млн+
клиентов



Возможные ситуации розницы, дистрибуции, производства

- Дефицит оборотных средств на закупку товара (приводит к «пустоте» на полках)
~ 20% от годового оборота
- Из-за низкой оборачиваемости финансовый цикл 6+ месяцев
- Деньги под проект/производственную линию/тендер
- Рефинансирование портфеля – кредит, лизинг..
- Предоплата за уникальные товары, импорт, за несколько месяцев до высокого сезона
- Дефицит средств на «переодевание» действующего магазина под франшизу
- Дефицит оборотных средств для открытия еще одного магазина ~ 30-40% годового оборота
- Дефицит средств на открытие нового магазина по франшизе (в тч. оборудование и ремонт)



№10

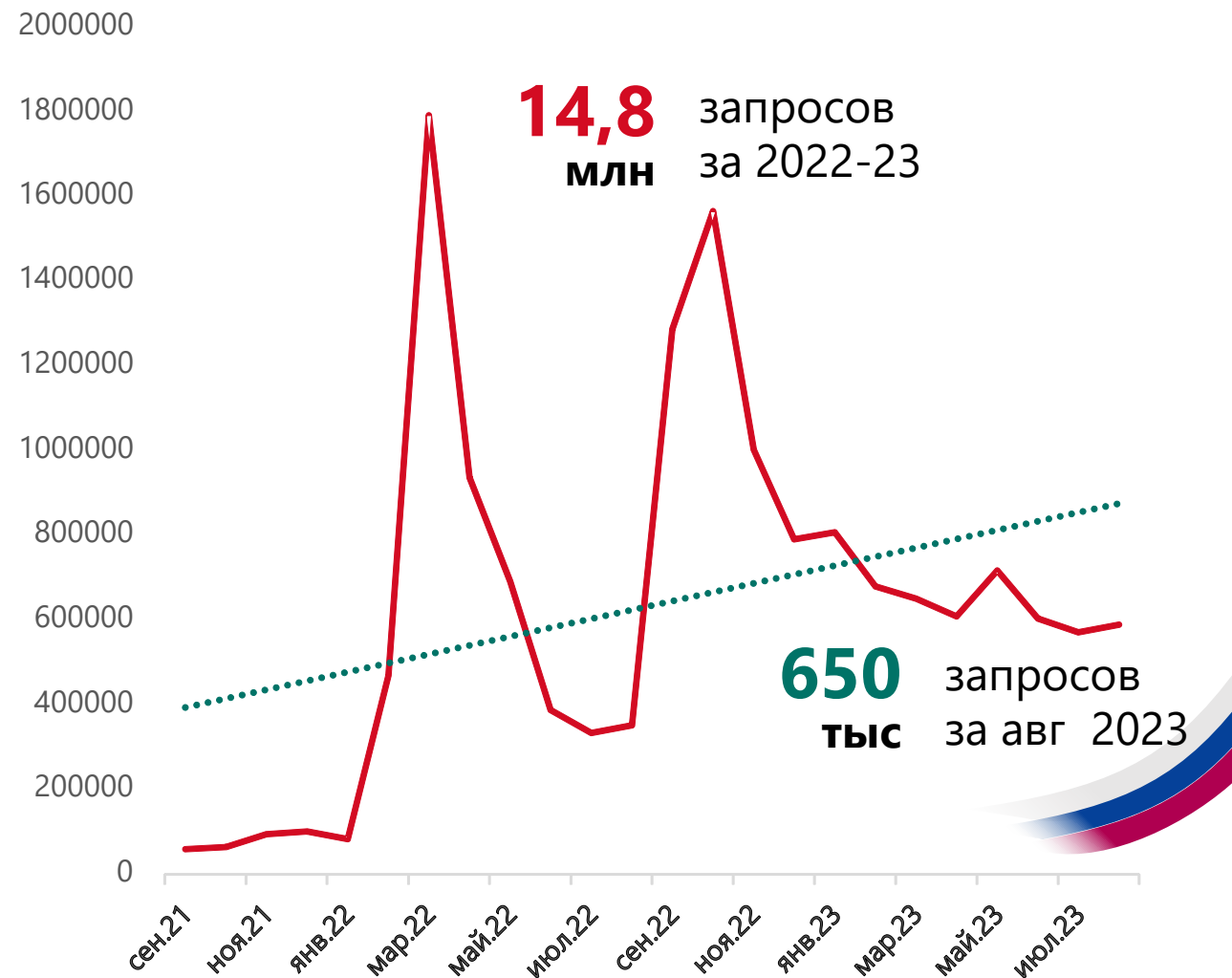
АКТУАЛІЗИРОВАНА ТЕМА
БЕЗОПАСНОСТІ
І СТАРТОВАЛ РЕЖИМ
ОЖИДАННЯ ВЕСНЫ 2024



☰ когда закончится во.на?



☰ ...ИТСЯ ВО.НА +в россия 2023?



кто +президент +2024|



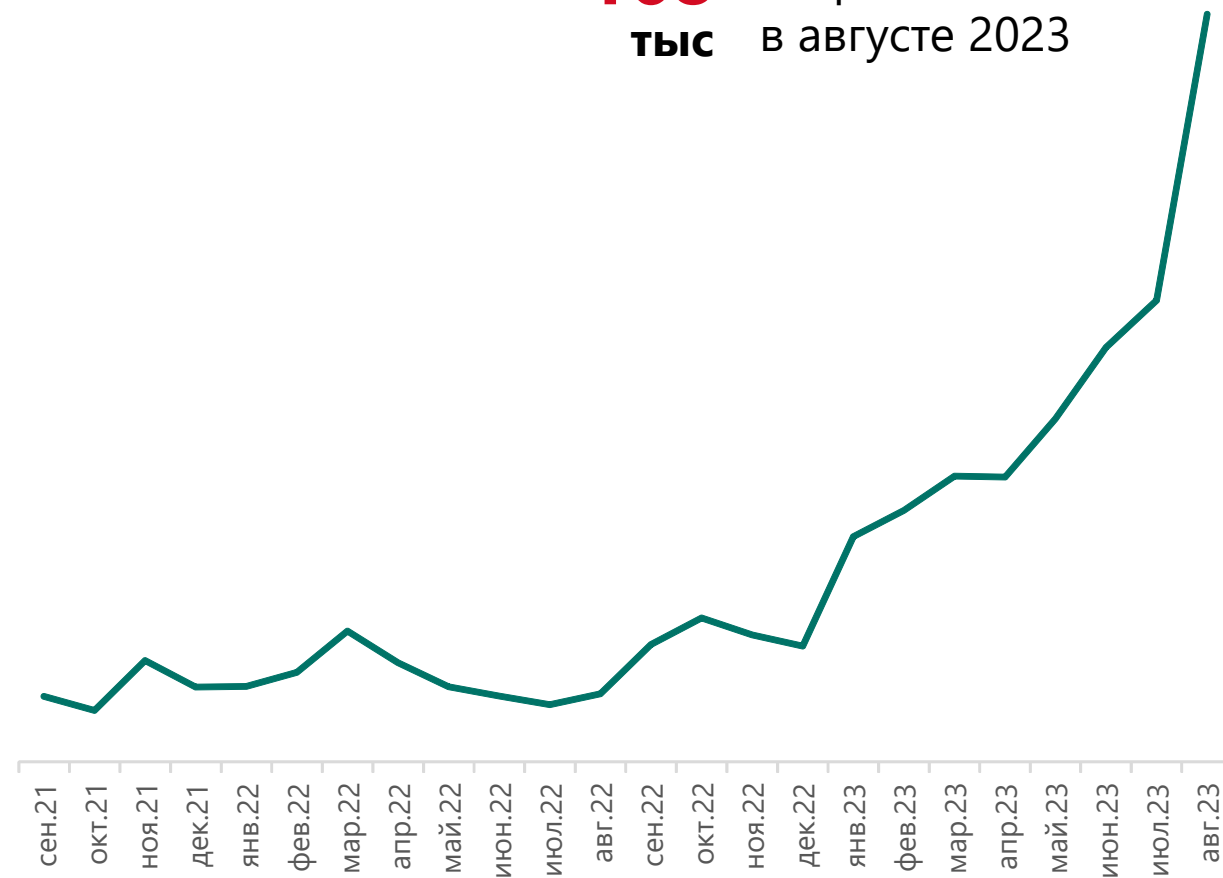
кандидаты +президент +2024|



выборы президента +2024|



168 запросов
тыс в августе 2023





Границы социальной зрелости и молодости расширяются → **работа с молодежью, самозанятыми, проекты для активного долголетия**



Дробление потребностей. Образ жизни, привычки, увлечения клиентов ВАЖНЕЕ возраста и уровня доходов → **исследование клиентов, сценарность, гиперсегментация ассортимента, гибкость**



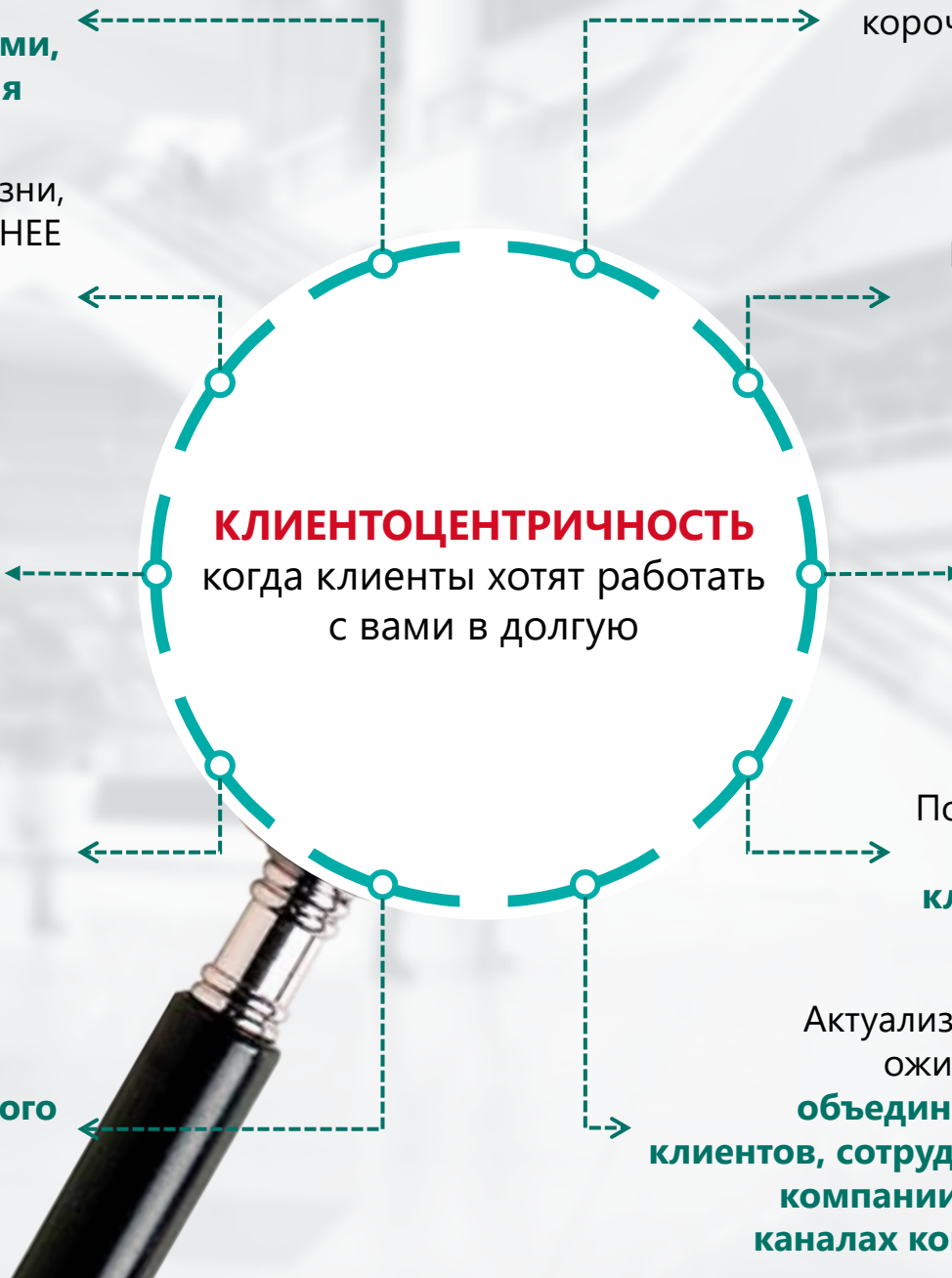
Полимотивы. Работает ∞ число триггеров к принятию решения → **метить в совокупность триггеров**



Понятие красоты и здоровья становится более всеобъемлющим, многослойным, переосмысливается -> **взор на не прямых конкурентов, работа с физиологией и ментальным здоровьем**



Одиночки в тренде → **две ветки "single": 1. для одиночного проживания, 2. временного уединения**



Сокращение горизонта планирования. покупатель реже планирует и дистанция короче, больше решений **«в моменте»** → **скорость как KPI, партнерства с шустрыми**



Разнообразие мест закупки сужается, кардинально меняется в онлайн → **региональные стратегии, D2C**



Клиент ищет технологический подход **«не вникать»** → **технологичность, дистанционность всего, что удобно и срежет costs клиенту, решение, а не продукт**



Поиск вариантов пассивного дохода → **небанковское финансирование, клиенты и сотрудники – инвесторы..**

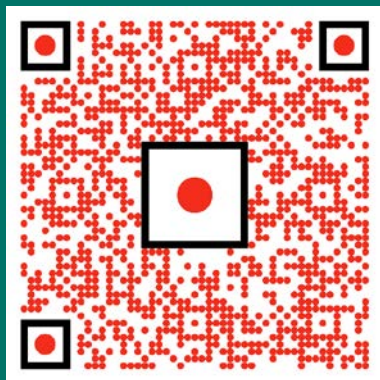


Актуализирована тема безопасности и режим ожидания → **трансляция стабильности, объединяющих смыслов, Беречь народ: клиентов, сотрудников, партнеров, себя. Репутация компании на всех уровнях персонала и всех каналах коммуникации. Маяки идентичности**





ЕЛЕНА СЫСУЕВА



Верю, что залог успеха любой
компании – внимание к Людям:
клиентам, сотрудникам,
партнерам

ВСЕГДА НА СВЯЗИ!



30.09.2023, Москва

Руководитель направления
Стратегический маркетинг, АРБ Про

О себе..

Руководитель направления
Стратегический маркетинг, АРБ Про

С 2023 помогаю бизнесу попадать в потребности клиентов и превосходить их ожидания: продуктом, процессами, смыслами

- **Портрет компании глазами клиента.** Наблюдения, глубинные и экспертные интервью, опросы. Структурирование полученной информации с помощью различных инструментов: персонажей, JTBD, CJM, карты потребностей, Job-story, User-story
- **Тредвотчинг.** Аналитика потребительского поведения и действий компаний вашей отрасли
- **Дизайн-спринты по клиентцентричности** бизнесов
- Преподаю Executive MBA с 2017
- Автор первых в РФ исследований по e-commerce

