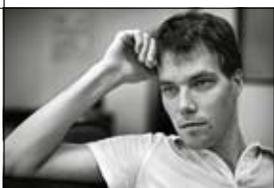


ВРЕМЯ НОВОГО: 9 ГЛОБАЛЬНЫХ ТРЕНДОВ ОТ АГЕНТСТВА JWT



СЕРГЕЙ КОРНЕЕВ,
старший менеджер
по стратегическому
планированию JWT
Russia

В конце каждого года нью-йоркский офис агентства JWT публикует отчет об основных мировых тенденциях года грядущего. Это делается на основе обширного качественного и количественного анализа информации, которая накапливается в течение года, а также значительный вклад вносят 50 «тренд-скаутов», присылающих свои наблюдения из различных уголков мира. Мы решили посмотреть на мировые тенденции с точки зрения наших российских реалий.

Тренд 1:

Поиски стабильности

В МИРЕ: ряд экономических параметров указывают на стабилизацию мировой экономики и начало выхода из рецессии, однако настороженность потребителей, похоже, останется до тех пор, пока не проявятся вещественные признаки восстановления — прежде всего снижение уровня безработицы. Для производителей это означает необходимость создавать дополнительные стимулы для покупки (прежде всего ценового характера) — уже в прошлом году многие переключились на более дешевые марки либо вовсе отказались от ряда товаров и услуг (например, это произошло в сфере путешествий, где многие туристы отложили планируемые поездки до более благоприятных времен).

Менее очевидным, но не менее важным следствием финансовых ограничений является сдвиг потребительских ценностей и ожиданий: дешевые вещи входят в моду, а умение сэкономить и найти выгодное предложение становится чуть ли не главной добродетелью — и похоже, что это сохранится и после выхода из рецессии.

В РОССИИ: нестабильность экономического положения привела к тому, что молодежь стала стремиться найти работу в государственных структурах («Газпром», Администрация президента, МВД).

На потребность стабильности в расходах откликнулись ритейлеры — сеть магазинов Fix Price (fix-price.ru) оперативно открыла множество магазинов, торгующих товарами по единой цене — 35 руб. Такой формат предоставляет ключевую выгоду — предсказуемость суммы чека на выходе из магазина. Теперь не надо гадать, сколько денег будет стоить отоварить список из 10—15 позиций, ответ будет конкретным с точностью до рубля.

Тренд 2: Разборчивость потребителей

В МИРЕ: потребители выполняют сложную кропотливую работу, связанную с поиском отличительных особенностей продуктов, и в конечном счете совершают выбор наиболее

01—04 > Теперь не надо гадать, сколько денег будет стоить отоварить список из 10—15 позиций, ответ будет конкретным с точностью до рубля



01—03 > Ряд компаний «затачивают» предложения для пожилой аудитории, пока наиболее активно это проявляется в банковской сфере и сфере услуг мобильной связи

Первейшим примером такого продукта являются нетбуки (Netbook). Проект, инициированный компанией ASUSTek, изначально носил неофициальное название «Ноутбуки за \$100», а предназначались ноутбуки для детей из развивающихся стран. Однако во всем мире именно этот продукт явился прорывом 2009 года, снижав расположение многочисленных пользователей (в России также). За 2 года существования такие устройства заняли 20% в общем объеме продаж ноутбуков в мире, и их доля продолжает неуклонно расти.

Тренд 6: Пожилая аудитория — перспективный источник бизнеса

В мире: в течение ближайших 10 лет количество людей старше 65 лет впервые за историю человечества превысит количество детей младше 5 лет, и по прогнозам старение населения будет только ускоряться. Для маркетологов появляется очевидная возможность создания целых групп товаров, синхронизированных с потребностями этой аудитории. Уже сейчас ряд производителей из различных областей адаптируют продукты и сервисы для нужд пенсионеров. Так, американская аптечная сеть Walgreens установила кнопки вызова помощника рядом с тяжелыми товарами, а также сделала аптечные указатели более различимыми для людей с ограниченными возможностями.

ми зрения. Эта тенденция также затронула крупнейших автопроизводителей — Nissan, Ford, Toyota, которые придумывают способы сделать автомобили более безопасными для пожилой аудитории.

В России: в нашей стране тенденция тоже присутствует. Уже сейчас ряд компаний «затачивают» предложения для пожилой аудитории, пока наиболее активно это проявляется в банковской сфере (различные вариации на тему ставок по вкладам для пенсионеров) и сфере услуг мобильной связи — например, телефон для пенсионеров, недавно предложенный «Мегафоном».

Тренд 7: Жизнь в реальном времени

В мире: Интернет перестает существовать как отдельная часть жизни. Благодаря микроблогам Twitter, повальному увлечению Facebook и системам мгновенных сообщений люди хотят постоянно делиться информацией в «реальном времени». В октябре прошлого года Google и Microsoft одновременно заключили партнерские соглашения с Twitter, которые позволяют им использовать сообщения пользователей Twitter в результатах поиска.

В России: можно сказать, что у нас концепция «жизни в реальном времени» поддерживается на государственном уровне. Здесь стоит вспомнить президентский аккаунт, появившийся на Twitter и в ЖЖ. Этот шаг недвусмысленно обозначил курс власти на сближение с народом и мгновенно привлек к себе внимание интернет-сообщества.

Для брендов такие изменения прежде всего диктуют необходимость общаться с потребителем, быстро использовать появляющиеся возможности и, вероятно, снимать неудовлетворенность потребителя еще до ее появления.

Тренд 8: Новое измерение коммуникации

В мире: все большее распространение получают мобильные устройства со встроенным чипом GPS. По большому счету, на наших глазах в коммуникацию добавляется новое измерение — к вопросам что (какое сообщение) и где (с помощью какого канала) добавляется измерение «где именно», позволяющее брендам создавать сообщения, релевантные текущему местонахождению человека. «Дополненная реальность» (Augmented reality) уже сейчас выходит за рамки лабораторных испытаний и вопрос ближайшего будущего — когда в iTunes можно будет скачать приложение для iPhone,



02 > Над «Пенсионный»

12,7%

до 16% годовых

Вклад «ПЕНСИОННЫЙ» - отличное решение!

Российский банк развития

(495) 755-8884 www.rbr.ru

03 > Ближайший Ваш Банк! РусьБанк

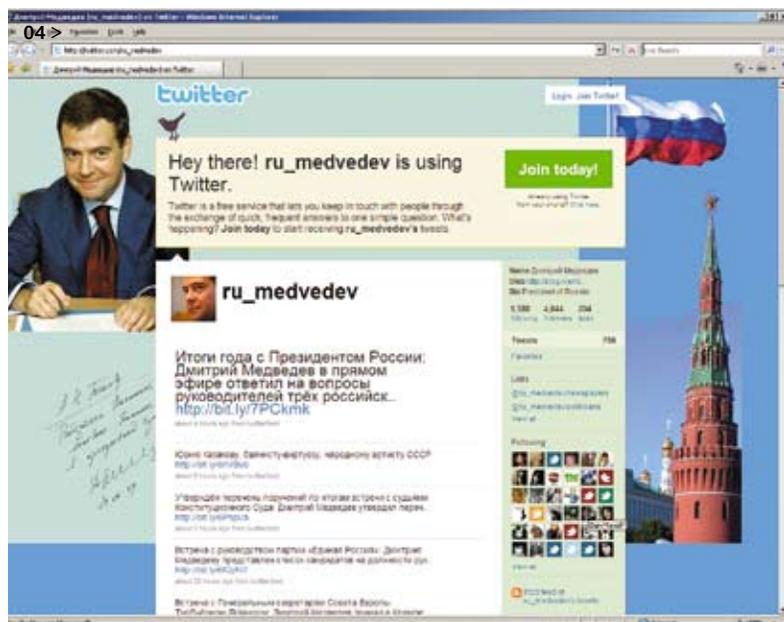
Вклад «ПЕНСИОННЫЙ»

Основные условия вклада:

Минимальная сумма вклада	Открытие вклада при предъявлении удостоверения*
Восстановить, досрочно вынуть вклады не	1 000 руб.; 30 дней. США, Швейцария
Минимальная сумма пополнения вклада	любая
Восстановить, досрочно вынуть вклады не	любая
Восстановить, досрочно вынуть вклады не	любая
Автоматическое продление по окончании срока вклада	допускается только в случае, если клиент уведомит банк о своем желании продлить вклад до окончания срока вклада
Применение ставки при зачислении депозита	0,2%
Вклады, оформленные в иностранной валюте	допускаются в соответствии с действующим законодательством РФ и в объеме средств вклада, одобренного банком

до 16% годовых

Вклад «ПЕНСИОННЫЙ» - отличное решение!



04 > У нас концепция «жизни в реальном времени» поддерживается на государственном уровне

05–06 > Бренды могут создавать сообщения, релевантные текущему местонахождению человека. Этот феномен носит название «Дополненная реальность» (Augmented reality)

07 > По карте мира (причем в многоцветных схемах) можно отслеживать движение эпидемии свиного гриппа по планете



с помощью которого можно будет легко проложить маршрут до ближайшего кафе японской кухни, по метке на карте узнать, что на сегодня в репертуаре театра, фасад которого виднеется издали (для этого на него будет достаточно лишь навести телефон).

В России: «Яндекс» запустил и активно развивает проект 3D-карт городов. По разным оценкам, в России уже сейчас каждый 10-й продаваемый телефон имеет функцию географического позиционирования. Понятно, что полноценное погружение в добавленную реальность уже не за горами, вопрос лишь в техническом довооружении потребителей и активности производителей соответствующих приложений.

Тренд 9: Сила образа

В мире: заметным трендом становится стремление людей к простым и графичным визуализациям информации, которые заключают в себе суть того или иного вопроса. Яркой иллюстрацией прошедшего года на эту тему стал видеоролик «The Crisis of Credit Visualized», где с помощью доступного видеоряда объясняется природа экономического кризиса. Еще одной темой, активно волнующей общественность, вне сомнений, стал свиной грипп. Так вот, в Сети незамедлительно появился сервис Flu Tracker (flutracker.rhizalabs.com), который по карте мира (причем в нескольких цветовых схемах) позволял отслеживать движение эпидемии по планете.

В России: до нас дошел бум 3D-видео. Только с марта по декабрь 2009 года число 3D-залов в кинотеатрах выросло втрое. При этом сотня из них открылась всего за месяц до премьеры «Аватара», главного блокбастера сезона. Для рекламистов нашествие 3D-формата означает возможность использовать этот формат для рекламных роликов, которые в течение краткосрочного периода уж точно будут выгодно отличаться от своих «плоских» собратьев. Кроме того, уже сейчас на рынке появляются 3D-телевизоры, что означает скорый переход формата из кинозалов напрямую в квартиры миллионов потребителей.

Наверняка в наши ожидания жизнь внесет свои коррективы, и впереди еще немало препятствий на пути к оздоровлению. Однако мы видим, что в период экономических пертурбаций у потребителей появился ряд ценностных ориентиров, опираясь на которые можно по-новому отвечать на предстоящие вызовы рынка.

Более подробную информацию по трендам, отмеченным агентством JWT, а также полную версию отчета можно получить на jwntelligence.com. ®