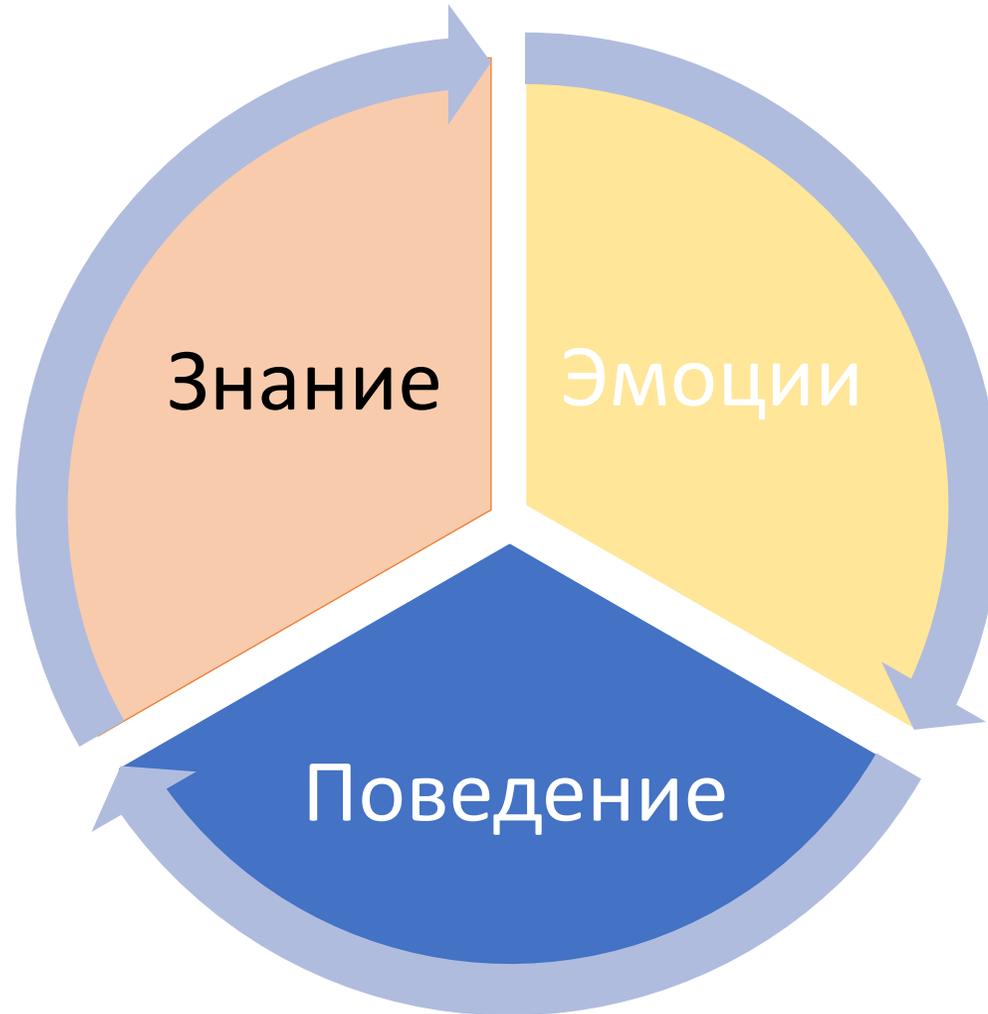




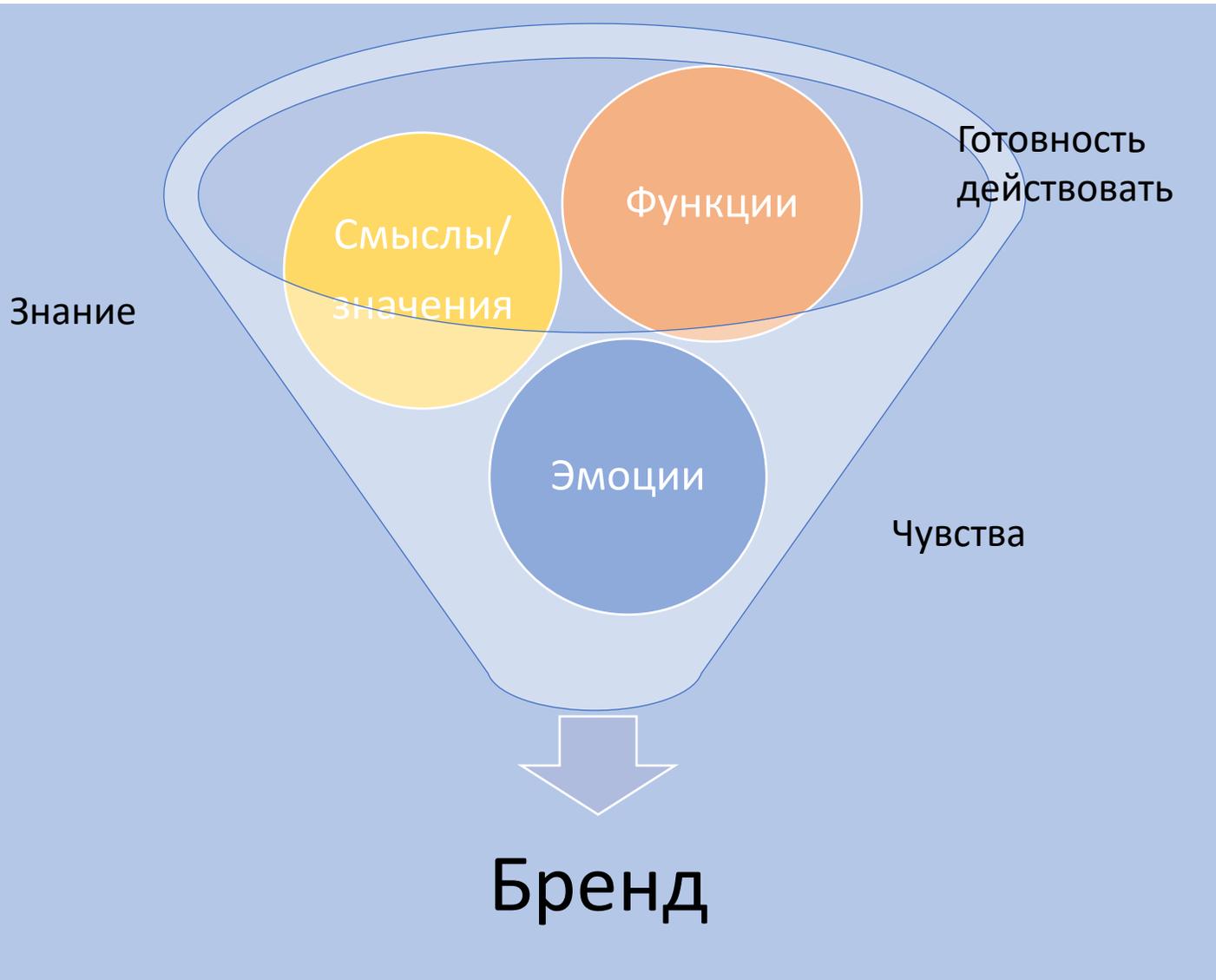
Управление потребительским поведением в fashion Industry

к.соц.н. Голова Анна Георгиевна

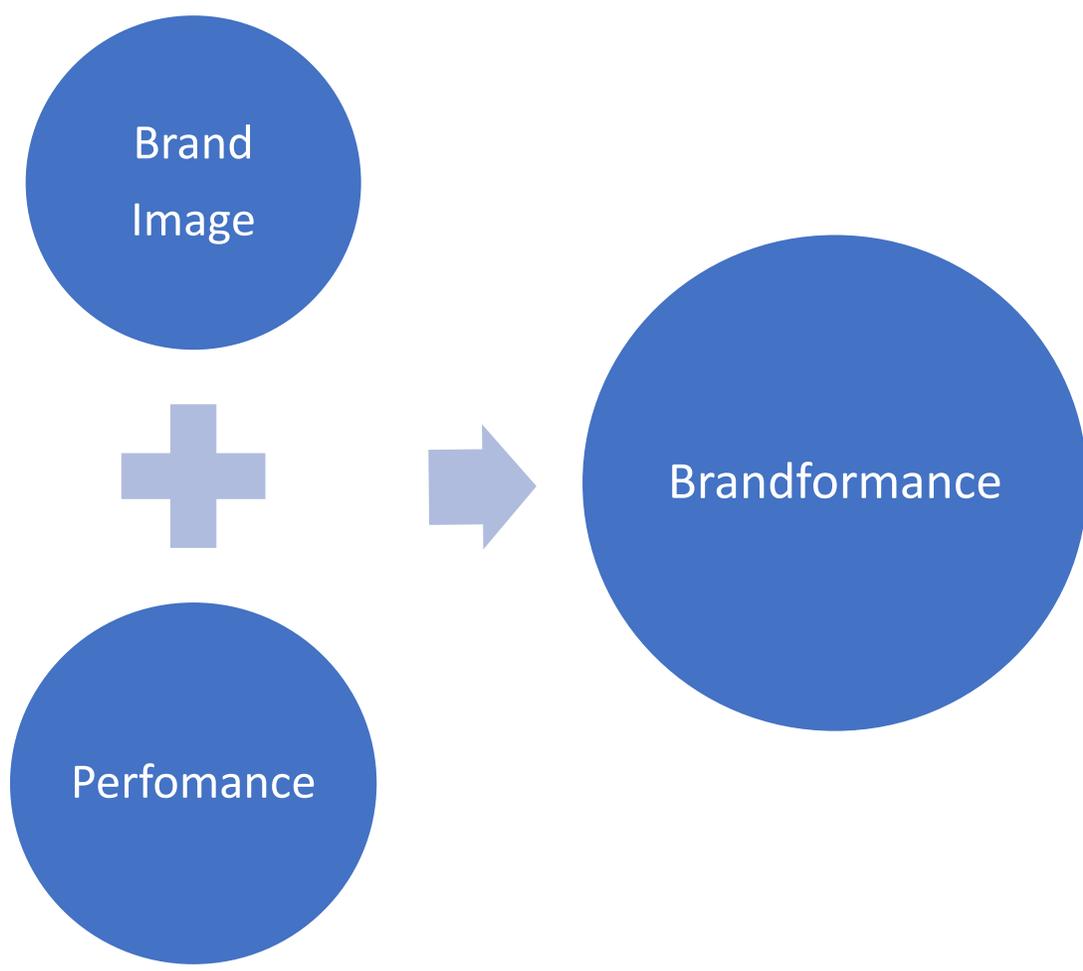
Управлять – менять динамическое состояние объекта



Знак ® (Registered) = Знак ™ (Trade Mark) ≠ BRAND



Контекст приобретения



Механизм

АКТ - целевое действие

Мотив

Возможность



Эндогенный

Экзогенный

Необходимость - Желание

Деньги - Время



Стиль жизни (ценности, интересы, поведение)

Action, Interest, Opinion (AIO)

Шоколад – Кто потребитель?

Что о нем известно?

Пол? Возраст? Доход?

Где проживает?

Зачем покупает продукт?

Где покупает продукт?

С каким настроением?

С кем и в какой ситуации его потребляет?

А что его дополняет (чай, кофе, газировка...)?

Что может заменить этот продукт?



А тут один и тот же человек делает покупки?

ШОКОЛАДНЫЕ МЕДАЛИ
Подарок учителю



24 ярких дизайна
Вкусный подарок

МОНЕТНЫЙ ДВОР
ЗОЛОТАЯ
МЕДАЛЬ | 25г

20 ЛЕТ
МОНЕТНЫЙ ДВОР
МЕДАЛЬ | 25г

600 гр.
Вес набора

Вид открываете МИРУ
Желаем прилежных учеников!
Дорогому учителю!
Будьте здоровы!



STORCK®

merci®
Finest Selection

ASSORTED CHOCOLATES / ШОКОЛАДНЫЕ КОНФЕТЫ АССОРТИ

8 ИЗЫСКАННЫХ ВИДОВ ШОКОЛАДНЫХ КОНФЕТ
merci® ШОКОЛАДТЫ КЭМПИТТЕРДІҢ ТАҢДАУЛЫ 8 ТҮРІ

А есть ли различия у потребителей батончиков?



Кто адресат для шоколада?

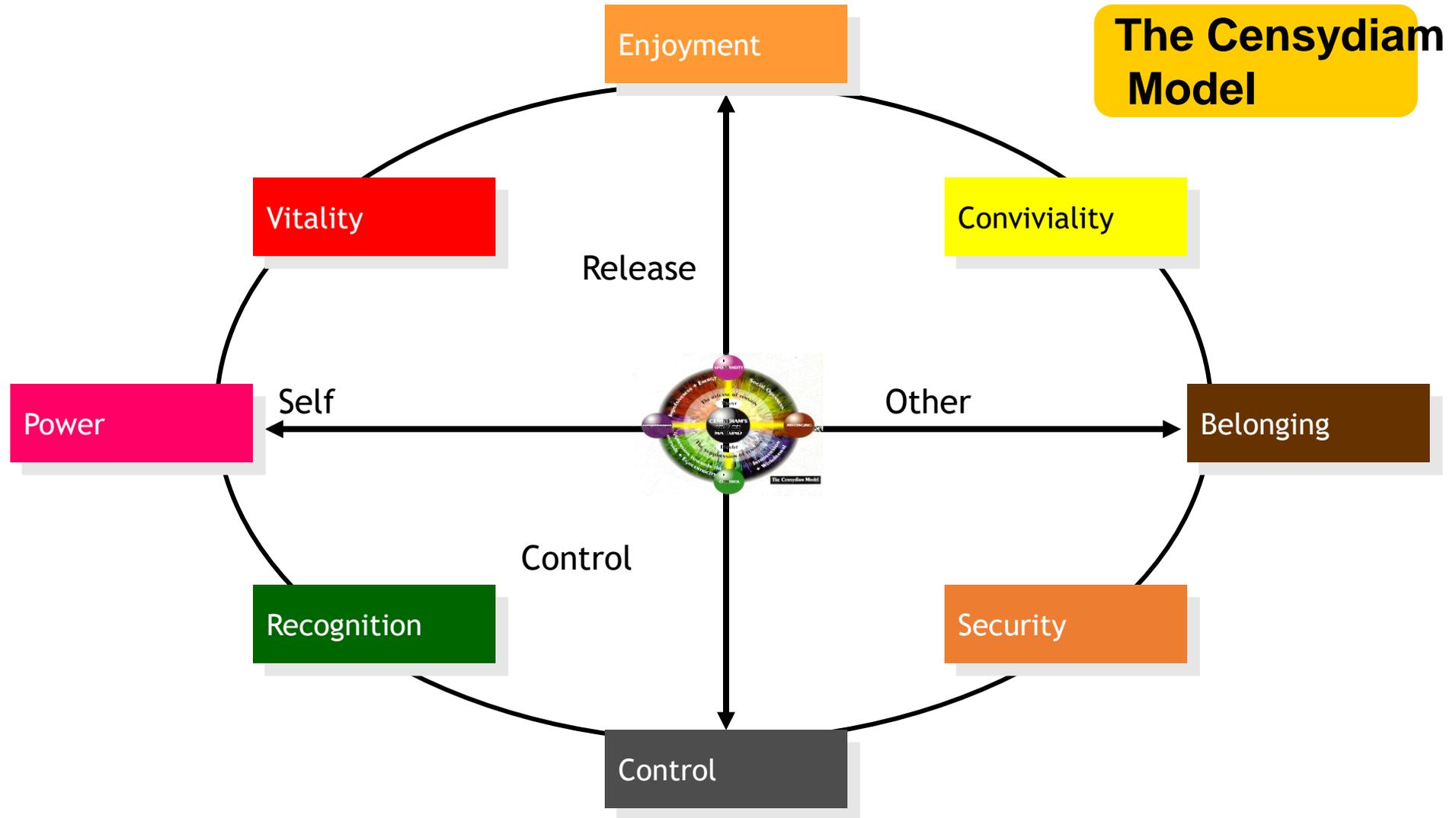


Диалог с неизвестным

- Кто мой потребитель? Чем занимается, что любит, кто и что его вдохновляет?
- Где мой потребитель? Куда ходит, где сидит, что посещает?
- Кто его и мои друзья?
- Какую потребность решит мой товар? А он ее осознает?
- Какие барьеры? Почему он не хочет покупать у меня?
- Как я могу ему помочь купить?
- Что он почувствует, когда купит мой товар?
- И как могу выразить ему благодарность?



8 Basic Consumer Strategies

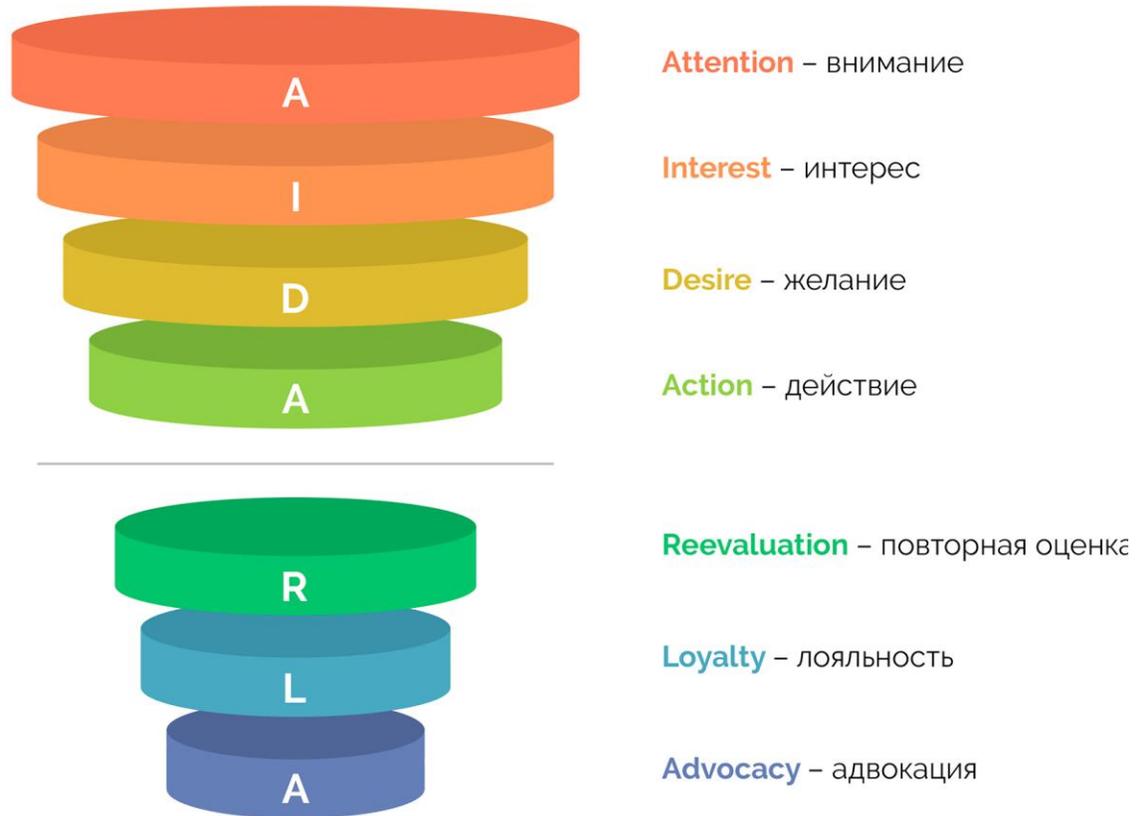


CJM – процесс выбора –стадии и точки контакта. Мотивы – Барьеры - Эмоции



	Возникновение потребностей		Выбор магазина/бренда		Выбор товара в магазине		Оформление заказа		Получение заказа	
Канал	Offline	Online	Offline	Online	Offline	Online	Offline	Online	Offline	Online
Потребность	=====	=====	=====	=====	=====	=====	=====	=====	=====	=====
Действия	=====	=====	=====	=====	=====	=====	=====	=====	=====	=====
Барьеры	=====	=====	=====	=====	=====	=====	=====	=====	=====	=====
Идеи и решения	=====	=====	=====	=====	=====	=====	=====	=====	=====	=====

Воронка продаж - AIDA



Воронка продажи в Инстаграм



ИСТОЧНИКИ

Тренд-сеттинговые агентства

Pantone
Trend Union
Promostyl
WGSN
Carlin
The Future
Laboratory

Наблюдение и интуиция

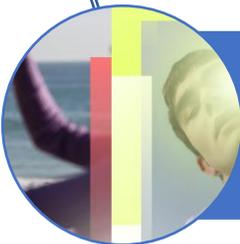
Ремесла
Живопись
Архитектура
Музеи
Литература
Барахолки
Классифайды
Клубы
Социальные сети
и медиа



WGSN Witherwill «тоска по свободе от ответственности» 2028



Новая эстетика заботы-одежда, которая не только красива, но и даёт ощущение покоя, свободы, мягкости. Тактильность, уютные силуэты, расслабленные крои



Игровая коммуникация. Бренды выигрывают, если умеют говорить легко, тепло, по-дружески. Использование KI («детского интеллекта») — не инфантилизм, а способ возвращать потребителю чувство радости, способности видеть мир с изумлением и любопытством ребёнка.



Переосмысление цифрового. Сайты, соцсети, рассылки и контент должны быть созданы так, чтобы не утомлять, а вдохновлять, возвращать к жизни, напоминать о человеческом.



Ностальгия и искренность. В условиях эмоциональной перегрузки ностальгия работает как точка опоры. Вещи, которые отсылают к тёплым воспоминаниям, детству, простоте — это не просто маркетинг, это новая форма эмоциональной безопасности.

Каналы и комьюнити?

<https://web.telegram.org/a/#7446696423>



<https://111.moscow/catalog>



Где? Кафе и бары?

- бар Escapist



- Кафе Rebéllion



Где? UNDERDOG ANVENTURE CLUB



Underdog x Psiloc



Улица? Outdoor TAHIRI

- V KLUBE SCL & TAIRI
- SAINT CITY LOVERS & TAHIRY
- TAIRI x ETOCK



С кем дружу?

Savva x Birdy.eats



Pet Subject X RomaUvarovDesign



Кто может поддержать?

Winline

QUOKKA x Winline



«Зенит» x Winline

b+b buro



BetBoom Shop



BetBoomx Routine





SALADROUTINE

NEW BAGS TOPS HOOD BOTTOMS OUTERWEAR ACCESSORIES FAQ SHOWROOM

A ROUTINE · ДРОП НА САЙТЕ · SALAD MARKET x LA ROUTINE · ДРОП НА САЙТЕ · SALAD MARKET x LA ROUTINE ·

HOODIES ZIP-HOODIES SWEATSHIRTS



NEW

Bag LOGO
Black Leather / White&Black Logo



COLLAB

SALAD Bag TARTAN
Black&Grey Leather / Outline Logo
8 000 p.



FAST DELIVERY

Bag LOGO
White Leather / Black&White Logo
6 500 p.



NEW/SPECIAL

Bag GARGOYLE
Black / Grey / Glow Logo
6 990 p.



NEW

Bag LOGO
Grey Leather / Print / White Logo
6 500 p.



FAST DELIVERY

Tote Bag MICHAEL
Leather / Print / White Logo
7 300 p.



NEW



NEW



FAST DELIVERY



COLLAB

Zip Hoodie SALAD

Tartan Zip Hoodie / Puff Print



NEW

Zip Hoodie SAINTS

Zip Hoodie / Photo



Zip Hoodie Glow MOMENTS

Zip Hoodie / Glow Print

Региональность



МАГАЗИН LOOKBOOK О БРЕНДЕ ИНФОРМАЦИЯ КОНТАКТЫ

Все товары Женщины Мужчины Sale Новинки Сертификаты

Сортировка: рекомендуем



Юрта. Одежда в стиле этно/бохо
5.0 · 5 отзывов
1052 подписчика

Поиск товаров сообщества

Подборки 2



Платье



Для дома

Показать все

Все товары

По умолчанию



YOUR
WOOL



СЕРЬГИ КОРОТКИЕ «АЖУРЛЫ»

ВЕТРОВКА «УРМАН ИЯСЕ»

СЕРЬГИ ДЛИННЫЕ «АЖУРЛЫ»

МАГАЗИН ДОСТАВКА И ОПЛАТА МАГАЗИНЫ КОНТАКТЫ





Все новинки и коллекции



Новая сумка кросс-боди

Все товары

Одежда **25**

Аксессуары **56**

Для дома и офиса **17**

Сотрудникам Точка Банк

Офискор

До 2 000 рублей

Распродажа



Баллы в подарок

Классика и гламур?



ПРИБРЕСТИ БИЛЕТ →

ВУАЧЕСЛАВНА НАЧИНАЕТ СВОЕ ПУТЕШЕСТВИЕ, ВКЛАДЫВАЯ В КАЖДЫЙ ШОВ И КАЖДЫЙ ПАТТЕРН БЕСЦЕННЫЕ ЧАСТИЦЫ ТВОРЧЕСТВА



КАК РАСПУСКАЮЩИЙСЯ

КАЖДОЕ ИЗДЕЛИЕ ВОПЛОЩЕНИЕ ЖЕНСТВЕННОСТИ, КАК ИЗЫСКАННОСТИ, КОТОРОЕ МОЖНО ПОЧУВСТВОВАТЬ ДОТРОНУВШИСЬ ДО ТКАНИ



<https://www.ruelbrand.ru/product/465157926-100578677072-emmy-beige>

Milena Soanna



Milena Soanna

ПЕРЕЙТИ К ПОКУПКАМ

MANYU



MANYU

Намёк

Присылайте в удобный вам мессенджер номер телефона/ник парня/подруги/коллеги/брата/мамы и основательница бренда Мария все сделает за вас! Мария напишет о ваших пожеланиях и поможет с оформлением заказа.

Данная опция бесплатна. Вы также можете воспользоваться нашей формой для намёка на сайте.

Мария помогла многим девушкам получить желанный подарок.

Ваше имя

Анна

Кому намекаем? (Имя и кем вам приходится)

Катя, подруга

Номер получателя намёка или ник в соцсетях

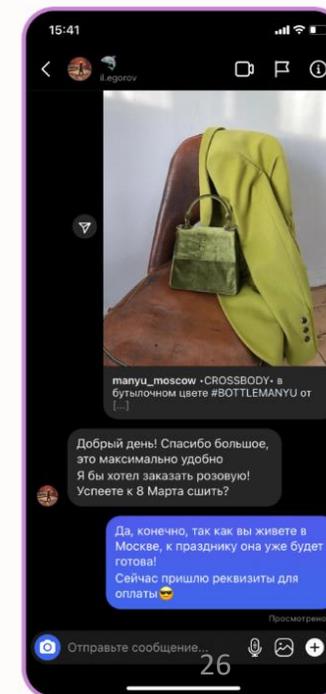
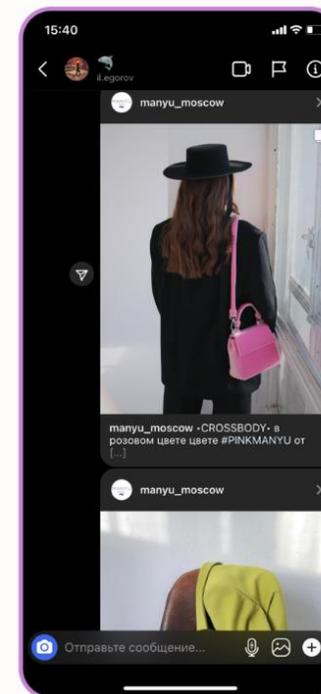
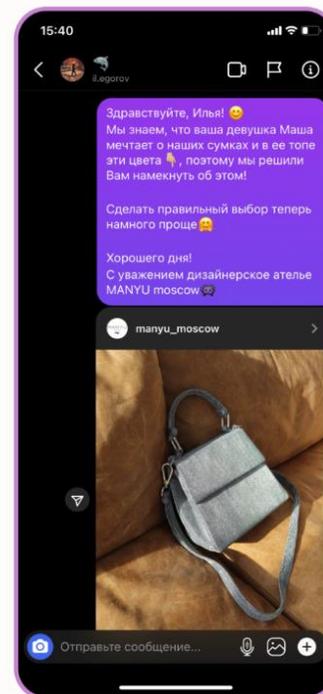
+7*****

Название сумочки/ремешка/топа

Redbar manyu

Отправить

Вот так выглядит переписка:



Сумки

Топы

Съёмные ремни

MANYU x LIZA GARDER

MANYU x МЕГАМАРКЕТ

Подарочный сертификат

ReManyu



О нас

Возврат

Оплата и доставка

Намёк

Контакты

Ремонт

Рекомендации по уходу



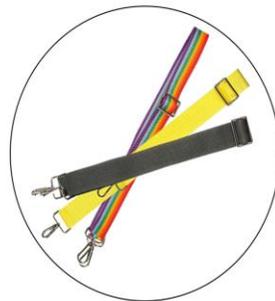
CROSSBODY



BIG CROSSBODY



BOX

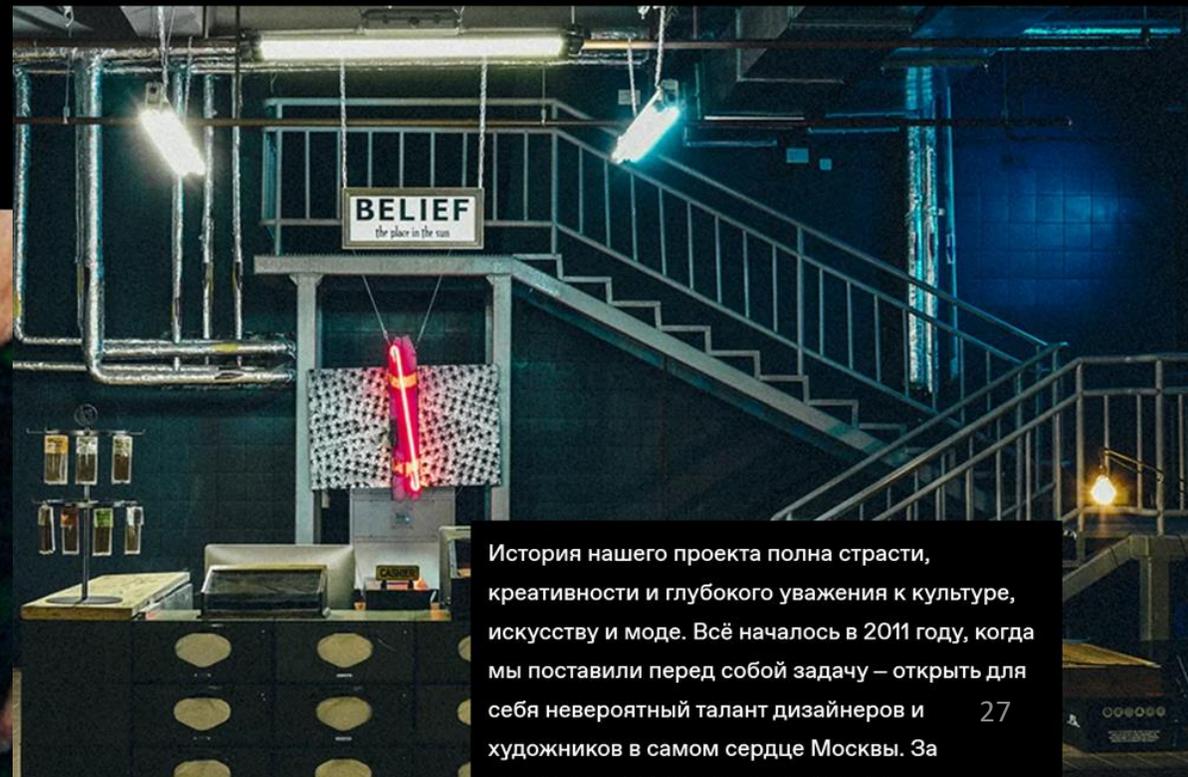


РЕМНИ

Искусство+ <https://beliefmoscow.com/>

БРЕНДЫ

АЛЬТРА	ОСВОБОДИТЕЛИ	ССШТЕЙН
А.ПРЕССЕ	МАСА СКУЛЬП	ТАКАХИРОМИЯСИТА СОЛИСТ.
УБЕЖДЕНИЕ	МАСУ	ТУГАЯ БУТ
ЧЕРНЫЙ ЗНАК	МИЗУНО	ПОД ТАИНОЙ
САРНАРТТ WIP	РОДНЫЕ СЫНОВЬЯ	ВИСВИМ
САV ЕМРТ	РАЙОН	СУКА МАРИЯ
КОНСИЛЬЕРИ	РАЙОН ОДНА ТРЕТЬ	ВЕСКО
Ф/СЕ	NECUSVII	УАЙТС БУТС
ОЦЕНКА	О-	WMV
ГУРАНК	СТАРЫЙ ДЖО И КОМПАНИЯ	ВРУНТ ОТ OLD JOE & CO
ХЕРИЛЛ	АРАХИС И КОМПАНИЯ	WTAPS
НЕДЕЙСТВИТЕЛЬНЫЕ КНИГИ	RETAW	ЁКО САКАМОТО
ЮЛИУС ТАРТ	СОСИОЦУКИ	
КУУМБА ИНТЕРНЕТШНЛ	СВОБОДНОЕ МЕСТО	



История нашего проекта полна страсти, креативности и глубокого уважения к культуре, искусству и моде. Всё началось в 2011 году, когда мы поставили перед собой задачу – открыть для себя невероятный талант дизайнеров и художников в самом сердце Москвы. За

BELIEF

<https://beliefmoscow.com/>

О ПРОЕКТЕ

BELIEF • THE PLACE IN THE SUN

Начиная с сентября 2011, магазин BELIEF впервые представляет в России одни из ведущих брендов в индустрии premium lifestyle. Философия брендов представленных в BELIEF - это актуальная коммуникация с субкультурами – music, skate, moto, military, правильная эстетика, воплощенная в одежде с максимально высоким потенциалом. Каждая вещь несет в себе философию, является значимой и, более того, символичной для тех групп людей, для которых она создавалась. Это не просто концептуальные вещи, это одежда со смыслом, с высоким личностным фактором, персонализирующая конкретный характер и мировоззрение.

ACROIYM®



bagjack™
BERLIN HANDMADE



BILLBOARD
O.J. PRINTING



KUMBA INTERNATIONAL
a division of travelling back north.
since 1993

NATIVE SONS



NEIGHBORHOOD

EFFECTOR.

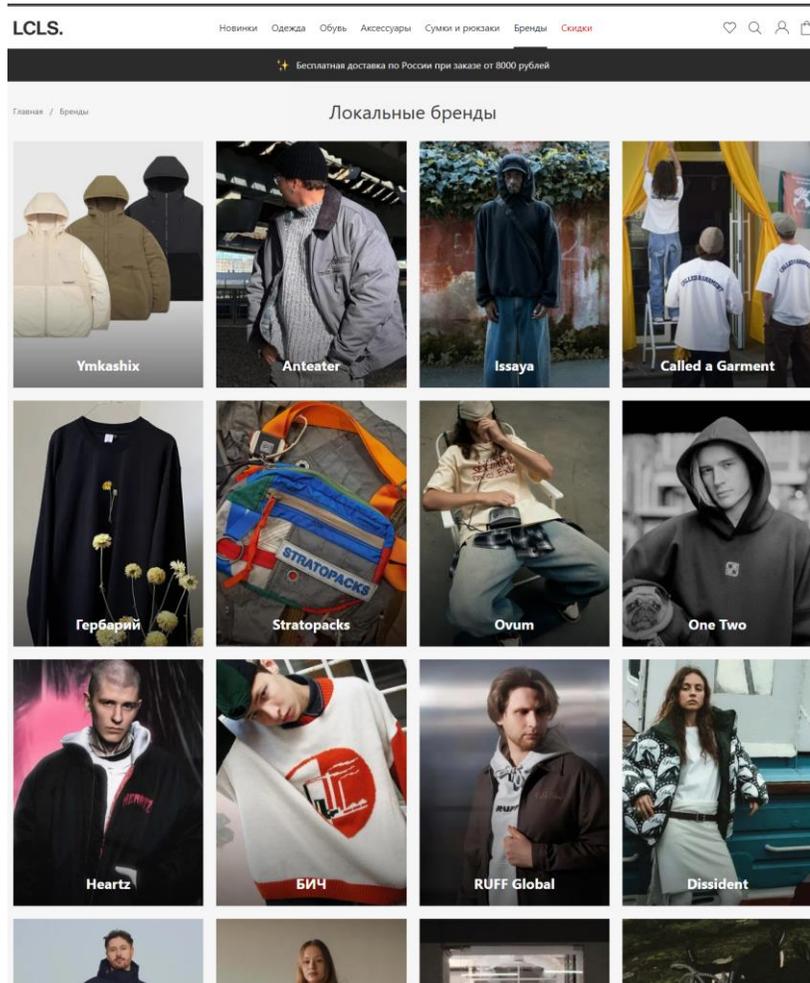
Masa Sculpa

28
NEVIISVII

Мультибрендовые площадки локальных брендов

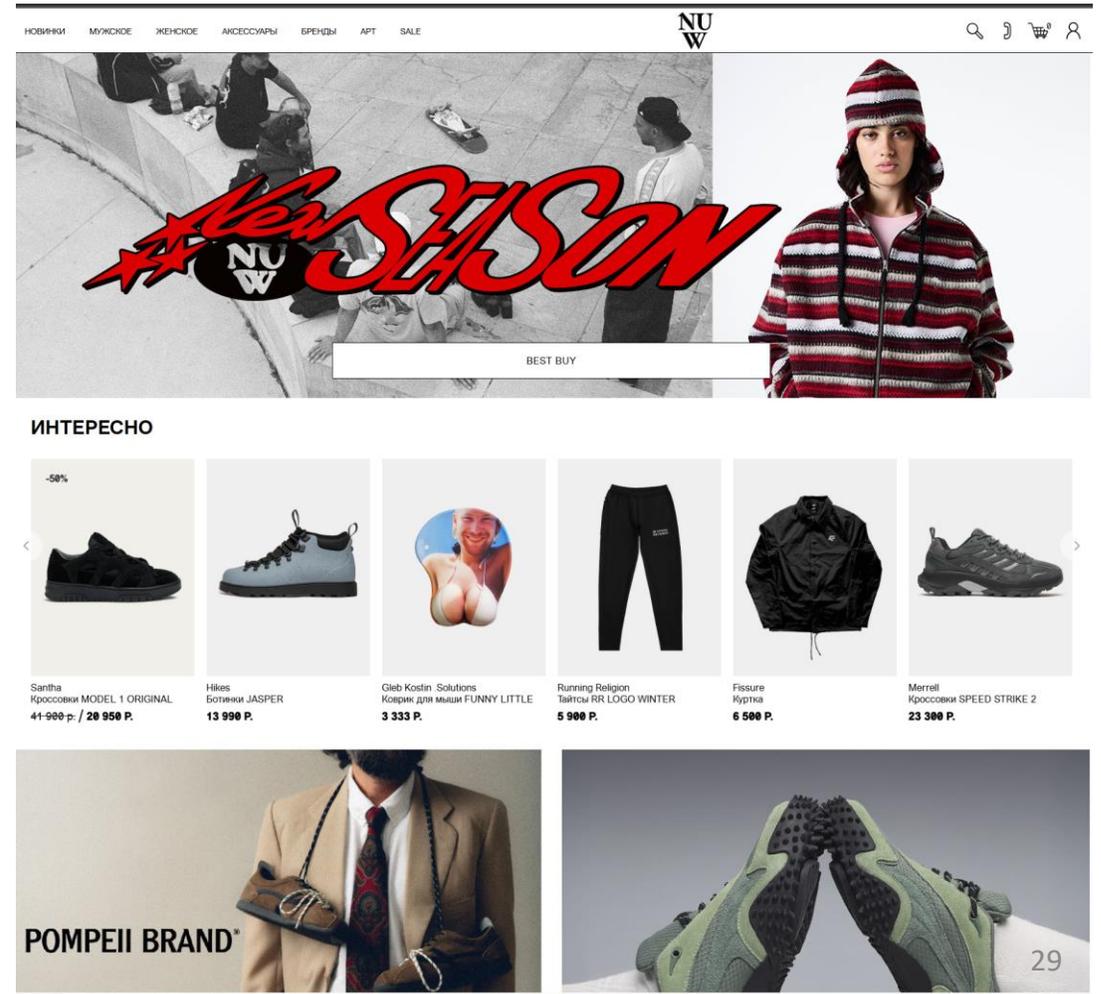
LCLS.

<https://lcls.ru/collection/brendy>



NU W

<https://nuw.store/>



Сделано в Москве

https://xn--80aeaffd7aflilc4aj.xn--p1ai/brands



Каталог

Избранное

Начните поиск

Главная > Каталог > Все бренды

Все бренды

- Одежда
- Обувь
- Аксессуары
- Товары для красоты
- Ювелирные украшения и бижутерия
- Продукты питания
- Товары для дома
- Спорт и отдых
- Товары для здоровья
- Детские товары
- Товары для животных
- Хобби и творчество
- Книги
- Досуг и развлечения
- Канцелярские товары
- Цветы, букеты, композиции
- Товары для дачи и сада
- Туризм, рыбалка, охота
- Строительство и ремонт
- Бытовая техника
- Автотовары
- Автомобили
- Современное искусство

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z A-Я 0-9

1



13.room.capsule



1618Cos.me



1853

2



2K SPORT

3



365.SOWELL

4



4110

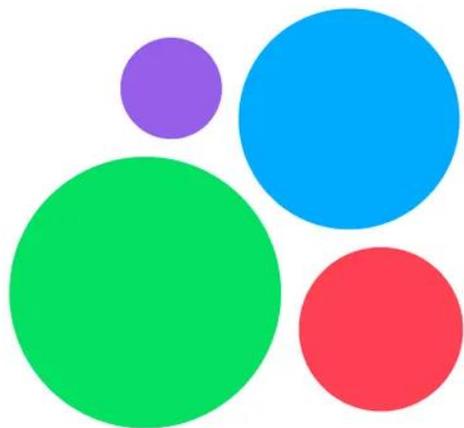


4FORMS

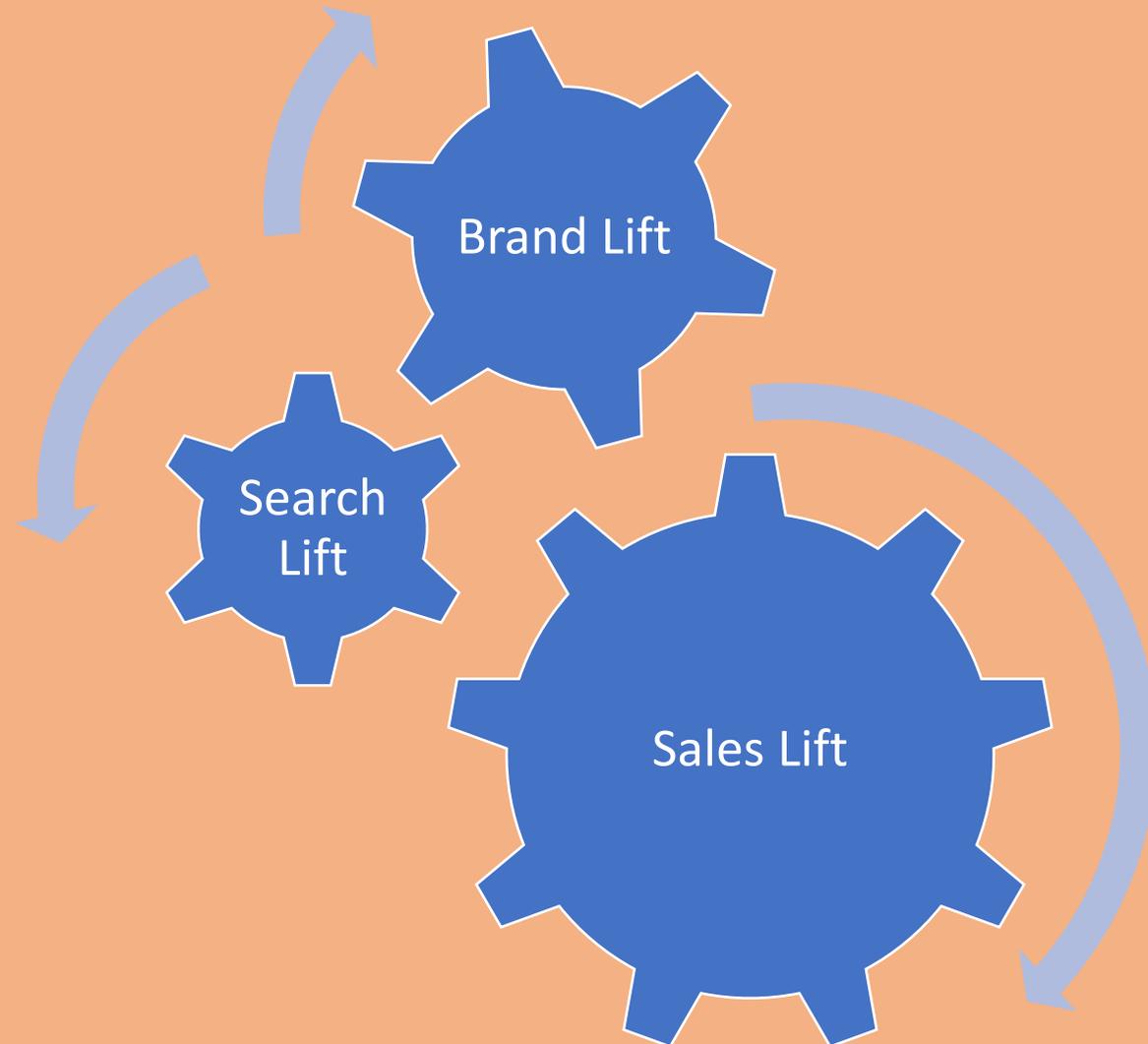


4nights

МЕДИА VS РИТЕЙЛ



Показатели результата (KPI)



Показатели результата (KPI)

Финансы: оборот, прибыль, маржинальность, ROI, LTV

Товародвижение: объемы, оборот в нат. вел., по SKU

Поведение: трафики, время, клики-переходы CTR, реакции ER, RR

Сознание: опросы - Brand Health Tracking (BHT) /Brand Lift (BW, BL, BI ,NPS)

Медиаметрики: Reach/OTS, AF, Affinity, GRP, SOV

Относительные показатели: CPA, CPT, CTR, CPC

Выводы

Что хочет потребитель?

- Атмосферы и аутентичности, доверие — в том числе в отношении взаимодействия с технологиями.
- Принадлежности, спокойствие посреди хаоса.
- Комплексности
- Чувство причастности к более широкой культурной повестке, глубокое вдохновение от мира.
- Любовь и благодарность, мудрость и внутренний баланс, беззаботность и любознательность.

Что можно дать?

- Качественный контент.
- Коллаборации (блогеры, художники, стримеры, кулинары, спортсмены и т.д.).
- Партнерство в производстве и реализации.
- Качественная обратная связь – программа лояльности, упаковка, общение, благодарности и комплименты



Маркетинг категорий



Image
Creator



Traffic
Builder



Cash
Generator



Profit
Generator



Transaction
Building



Excitement
Creating



Turf
Defending



2. Примкнуться к группе подростков. Идти рядом пока ТЕБЯ НЕ ОТГОНЯТ.



Ловим тренды для брендов