

# ESPER TIMES

12.05/2010 #8

## СЕГМЕНТАЦИЯ РОССИЙСКИХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПО МЕТОДУ ESPER GROUP

Esper Times продолжает публиковать результаты сегментации российских потребителей на основе методики поколенческих когорт. В этом номере газеты освещены две когорты, представители которых уже сегодня находятся или скоро перейдут в фазу потребителей с высокой покупательной способностью и потому наиболее интересных в качестве целевой аудитории. Система когорт не отменяет сегментации на основе социодемографических данных — разделения потребителей по полу, возрасту, доходу, но позволяет в сочетании с ней разработать адекватное и разумное позиционирование бренда и ключевые стратегии его дальнейшего развития — ассортиментные, коммуникационные, рекламные, с бытовые. Помогает она также избежать как фундаментальных ошибок, которые можно совершить на этапе выбора ценностей и идей, проводимых брендом, так и при решении текущих и весьма практических задач, например, создании рекламных сообщений и разработке коллекции.

### Когорта 3 (1970-1990)

Российское «потерянное поколение»: эпоха взросления пришлось на 1990-е. В отличие от предыдущей когорты, воспитанной на советских ценностях, эта группа объединена отсутствием каких-либо общих ценностей, поскольку они просто не были предложены обществом. Максимум — это люди со своей собственной системой ценностей, вне зависимости от ее качества. Вход во взрослую жизнь ознаменован эпохой первичного накопления капитала, тотальной свободой до крайностей, опытами с наркотиками. Отсутствие системы ценностей определяет и отсутствие системы координат для определения каких-то жизненных



стадий — отсюда вечный поиск себя, рефлексия, неудовлетворенность жизнью и главное — тотальная инфантильность и бездействие. Инфантильность лучше всего выражается в невероятно трепетном отношении к мультфильмам — в частности, к «Симпсонам». Неудивительно, что канал 2X2 так популярен у этой когорты.

Esper group

TEL: +7 495 5143744  
INFO@ESPER-GROUP.COM  
WWW.ESPER-GROUP.COM

MOSCOW, N. SIROMYATNICHESKAYA STR., 5/7  
BUILD 7, OFFICE 203

При использовании материалов ссылка на Esper Times или Esper Group обязательна. Фотографии: архив Esper Group.

## Когорта 4 (1990-2005)

Эта когорта может быть условно названа «глобалистами», вполне вероятно, что они в итоге сформируют несколько когорт, поэтому их описание на данный момент носит в большей степени прикладной, а не теоретический характер. Дети эпохи нового капитализма, интегрированные в мировое сообщество. Период их взросления ознаменован постоянными изменениями как в политической, социальной жизни общества, так и в области технологий — Интернета, гаджетов. Понятие статуса для них не акцентируется, но связано скорее с кругом общения, принадлежностью к какой-то социальной группе, самовыражающейся через определенный стиль жизни. Этот стиль жизни изменчив, определяется мировыми тен-

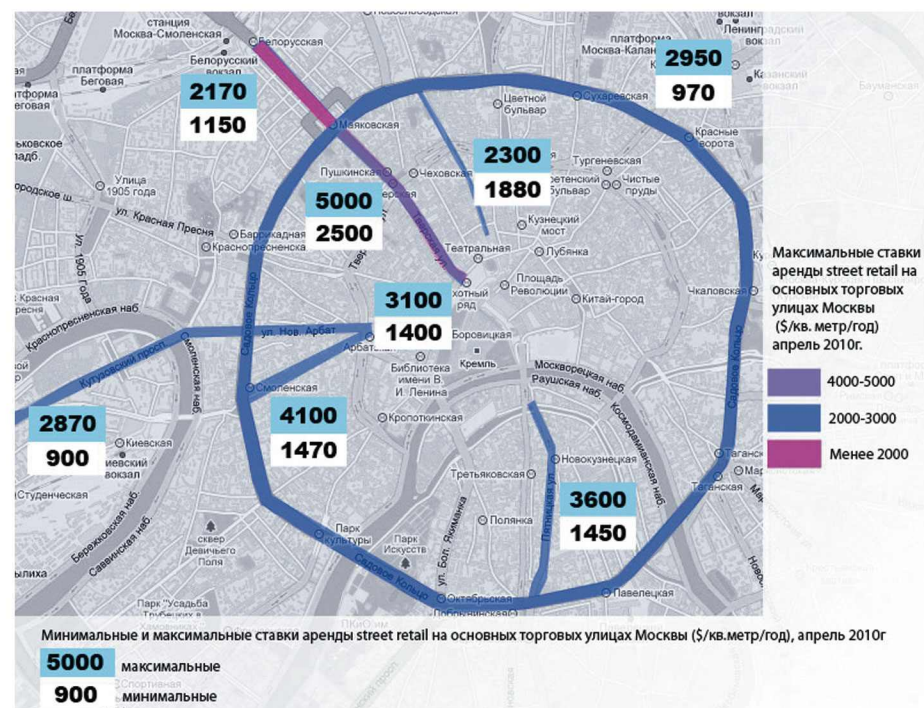
денциями, а не только личными предпочтениями. Безусловные ценности для них — общение и социальная гиперактивность. Формируют тенденции, проявляют к ним чуткость. Испытывают недоверие к официальным СМИ, получают информацию преимущественно через Интернет, больше доверяют блогам и «сарафанному радио». Выбирают специализированные и нишевые бренды, смело смешивают их с глобальными и кастомизированными продуктами. Место покупки не имеет значения, важна уникальность вещи. Синонимы моды для них не тенденции подиумов и брендов, а своеобразие и индивидуальность. Воспринимают мир без границ, но в отличие от предыдущего поколения имеют четкую цель и стремятся к ней.



## КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ: ДОБРЫЕ ЗНАКИ

Конъюнктура рынка торговой недвижимости, как и прогнозировали эксперты Esper Group, стабилизируется, но пока не готов показать рост по сравнению с докризисными показателями. Из крупных открытий в ритейле следует отметить профессиональный торговый центр «Вива!» общей площадью 32 000 кв. метров и полезной площадью 22 000 кв. метров в районе Бутово г. Москвы. Якорными арендаторами комплекса должны стать гипермаркет «Карусель» крупнейшего ритейлового гиганта на российском рынке X5 Retail Group и магазин бытовой техники и электроники MediaMarkt. Эксперты Esper Group указывают на ориентацию ТЦ на middle market и предвосхищают открытие крупных ритейлеров в индустрии моды в данном ценовом сегменте. ТЦ «Вива!» стал первым подобного рода объектом в Бутово, а продуманный концепт и выбор арендодателей, равно как и выбор ценового позиционирования относительно большинства населения района, станут важными конкурентными преимуществами данного профессионального торгового центра.

Положительными стимулами для рынка стали и заявления операторов «О'Кей» и X5 Retail Group о намерениях развивать торговлю в формате «жесткий дискаунтер», что, помимо прочего, расширяет также предложение и на одежду и аксессуары в нижнем ценовом сегменте. Кроме того, это делает более жесткой конкуренцию между так называемым цивилизованным шоппингом в магазине и традиционно русской привычкой



приобретать одежду на открытых рынках, в основном фейк и вещи китайского и вьетнамского производства низкого качества. Магазины составят от 700 до 3 000 кв. метров и расположены они будут в профессиональных торговых центрах г. Москвы и ключевых регионов. Несмотря на крайне высокую конкуренцию в среднем ценовом сегменте и fast fashion (см. Esper Times #7), спрос на продукцию марки, даже не принимая во внимания ажиотажные и импульсные покупки, вызванные маркетинговыми стимулами на этапе выхода на рынок, будет стабильно высоким, что позволит бренду занять нишу на рынке и обеспечить целевую аудиторию. Это означает, что компания будет расширяться, а выбор такого крупного и успешного арендатора в пользу различных торговых объектов при открытии новых магазинов, безуслов-

но, позволит несколько оживиться рынку недвижимости на локальном уровне.

Street retail в апреле стабилизировался, как и в прошлый месяцы. Было отмечено небольшое колебание диапазонов торговых коридоров для основных торговых улиц, кроме наиболее востребованных рынков, — ул. Тверская, ул. Арбат, ул. Петровка — где был отмечен рост ставок. Объем вакантных площадей сокращается, что нашло отражение в сокращении числа ofert на аренду в открытом доступе. Характерно, что в апреле оживился сегмент дорогого street retail — появились «премиум»-ставки аренды — 4500-5000 долларов за кв. метр в год. Такие предложения в апреле были сделаны для ул. Арбат и ул. Тверская. Оживление «люкса» в этом сегменте отражает высокий уровень уверенности арендаторов в быстром восстановлении рынка.