

летний
ФОРУМ
ПОКОЛЕНИЯ

ПОКУПКИ КАК ЛАЙФСТАЙЛ: НОВЫЕ ПРАВИЛА КОРЗИНЫ GEN Z

**ЕЛИЗАВЕТА
СОРОКИНА**

Managing Director
era



group4media



ЗУМЕРЫ = ПРОТИВОРЕЧИЯ



ИМПУЛЬСИВНЫ

ГИПЕРЛОЯЛЬНЫ

РАСТОЧИТЕЛЬНЫ

ПОКУПАЮТ РАЦИОНАЛЬНО

ЛЕГКО ПЕРЕКЛЮЧАЮТСЯ

ВСЕГДА СМОТРЯТ НА ЦЕНУ

НО

МЫ ПРОЖИЛИ
С ЗУМЕРАМИ
НЕСКОЛЬКО
НЕДЕЛЬ



1000+
респондентов

50+
часов качественных интервью

7
фокус-групп

ПРОШЛИ
ДЛИННЫЙ ПУТЬ
ОТ ЛЕНТЫ В ТІКТОК
ДО КОРЗИНЫ



СЕГОДНЯ МЫ ОТВЕТИМ НА 3 ВОПРОСА



КАК ПРИВЕСТИ ЗУМЕРА
К КОРЗИНЕ?



КАК БРЕНДУ ОКАЗАТЬСЯ
В КОРЗИНЕ ЗУМЕРА?



КАК ОСТАТЬСЯ В КОРЗИНЕ
ЗУМЕРА НАДОЛГО?

01. КАК ПРИВЕСТИ ЗУМЕРА К КОРЗИНЕ ?





КАК ПРИВЕСТИ ЗУМЕРА К КОРЗИНЕ?

ОТВЕТ №1:

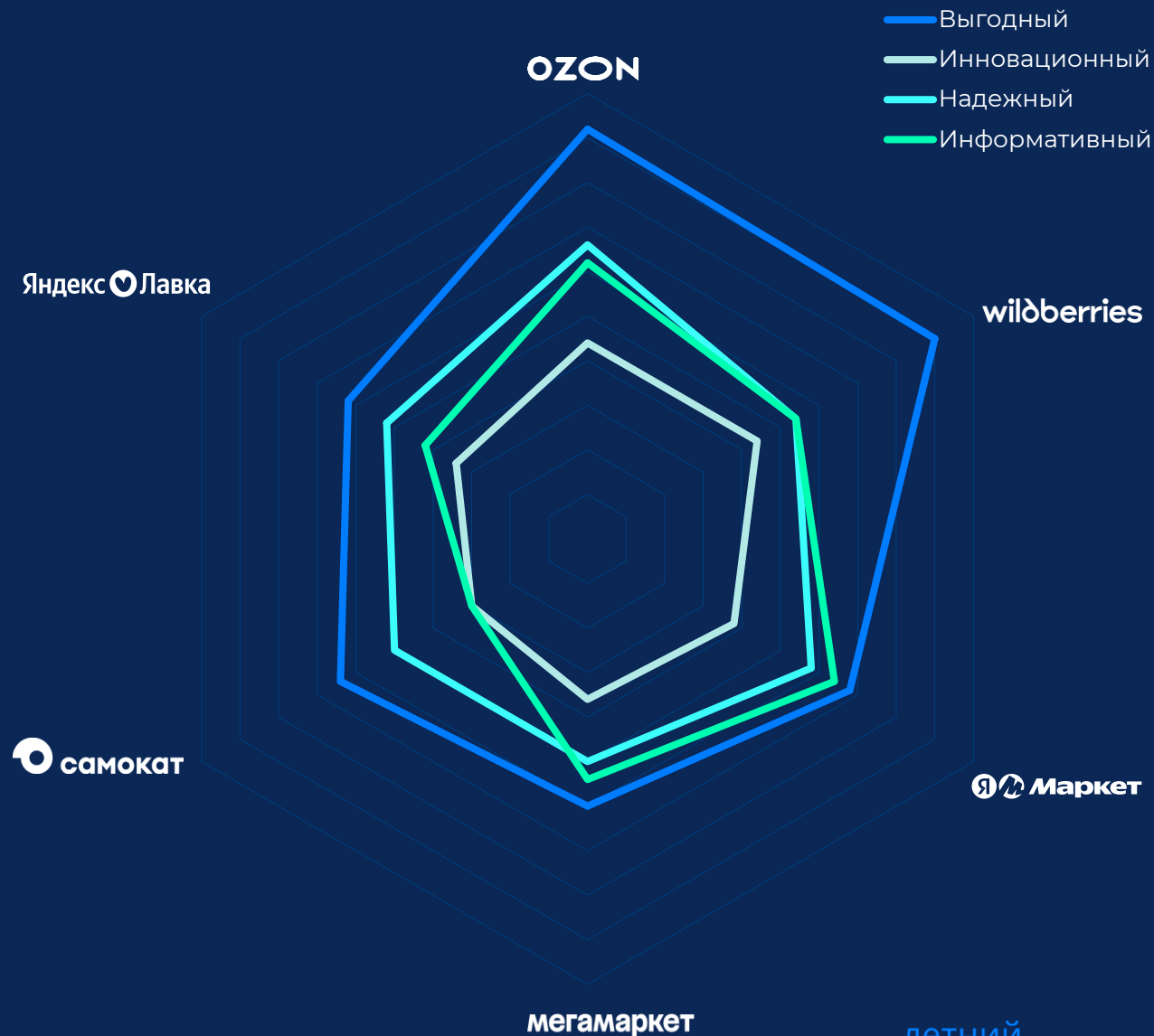
**ВОВЛЕКАЙТЕ ЗУМЕРА
НА ЕГО ТЕРРИТОРИИ**

РИТЕЙЛЕРЫ ПОХОЖИ, ЕСЛИ ОЦЕНИВАТЬ ПО СТАНДАРТНОМУ ШАБЛОНУ



48%

покупают онлайн
несколько раз в неделю



group4media

НО У КАЖДОГО РИТЕЙЛЕРА СВОЙ ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ КОД **ДЛЯ ЗУМЕРА**



**ЗУМЕР САМ ВЫБИРАЕТ
МЕСТО ПОКУПКИ**

**С ВАС — РЕЛЕВАНТНОЕ
СООБЩЕНИЕ И ПРОДУКТ**

ЭМОЦИЯ
РИТЕЙЛЕР
ОХВАТ

НАДЕЖНОСТЬ
OZON
15.7 М

ВДОХНОВЕНИЕ
wildberries
17.8 М

ГУРМАНСТВО
Яндекс  Лавка
0.6 М

РАДОСТЬ
 **самокат**
1.5 М

ПРАГМАТИЗМ
 **Маркет**
7.8 М



летний
ФОРУМ

Источники: 1) исследование era, Group4Media, 2025;
2) Mediascore Cross Web, web + app, охват пользователей 14-28 лет; средний мес охват в 2025 году

**ЕСЛИ БРЕНДУ НУЖНО
ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ВНИМАНИЕ,
НЕ ЖДИТЕ У ПОЛКИ
ИДИТЕ НАВСТРЕЧУ САМИ**

**ЛЮБИМЫЕ
РИТЕЙЛЕРЫ**

ЭТО БАЗА



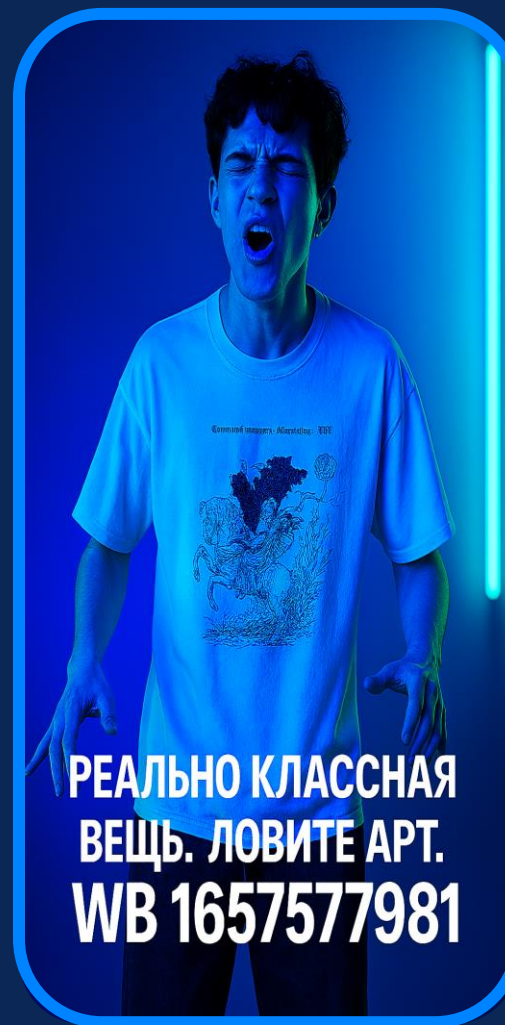
**ЛЮБИМЫЕ
СОЦМЕДИА**

БУСТ ВНИМАНИЯ

group4media

**ЗУМЕРЫ САМИ
СОЗДАЮТ
И ПРОКЛАДЫВАЮТ
ПУТЬ К ПОЛКЕ
ДРУГИМ**

group4media



**РЕАЛЬНО КЛАСНАЯ
ВЕЩЬ. ЛОВИТЕ АРТ.
WB 1657577981**



КАК ПРИВЕСТИ ЗУМЕРА К КОРЗИНЕ?

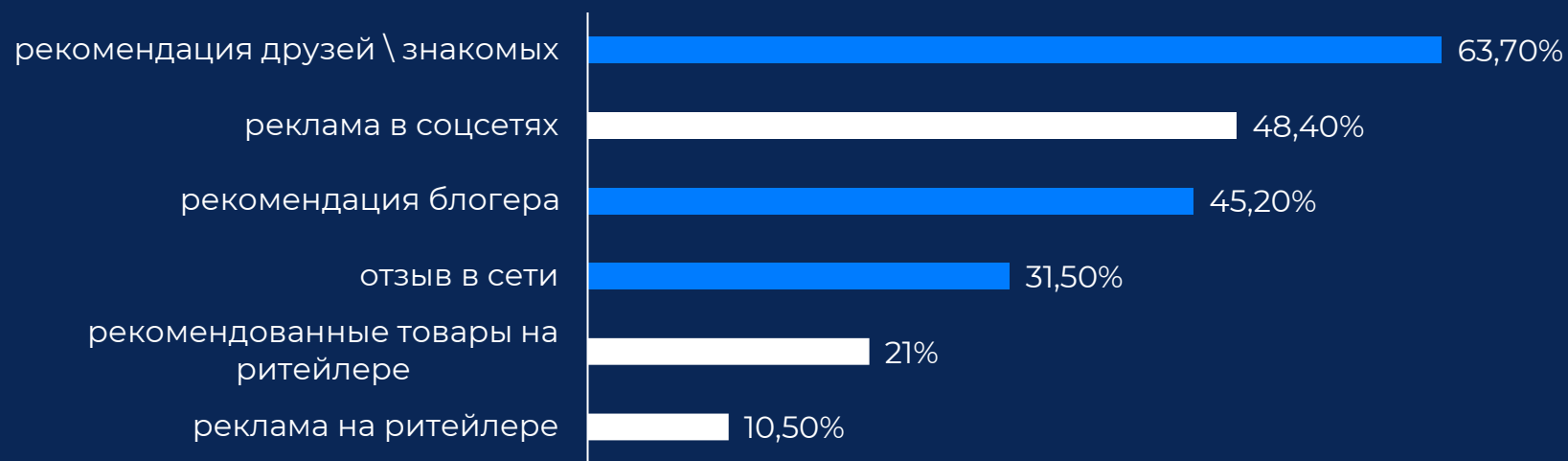
ОТВЕТ №2:

**ЗАДЕЙСТВУЙТЕ САМИХ
ПОКУПАТЕЛЕЙ КАК
КОНТЕНТ-КРЕАТОРОВ**

ГЛАВНЫЕ ИСТОЧНИКИ ОТКРЫТИЯ БРЕНДА — ЛЮДИ



” Как вы узнаете о новых брендах?



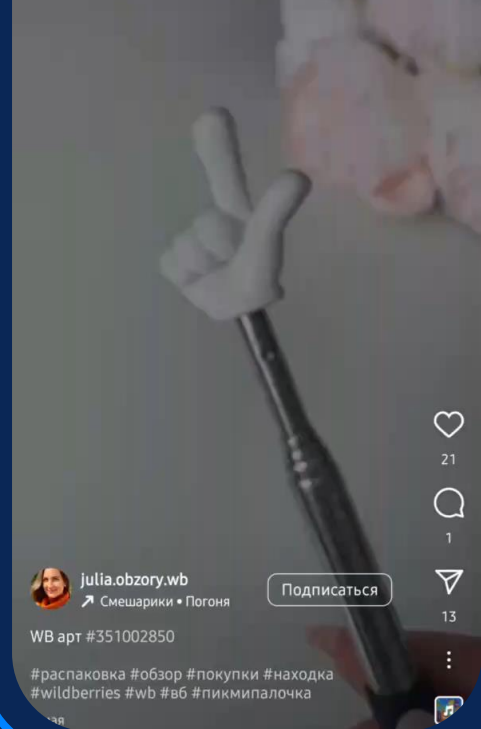
ПОКУПАТЕЛИ-КРЕАТОРЫ – НОВЫЙ ЛОКОМОТИВ

18 млн

покупателей-креаторов регулярно
делятся своим опытом покупок
в соцсетях



group4media



**ВЫРУЧКА НА WB
ЗА 2 МЕСЯЦА
БОЛЕЕ 63 МЛН**

**+300% РОСТ
ЗАПРОСОВ
НА WILDBERRIES**

TikTok
@wildberriesitems

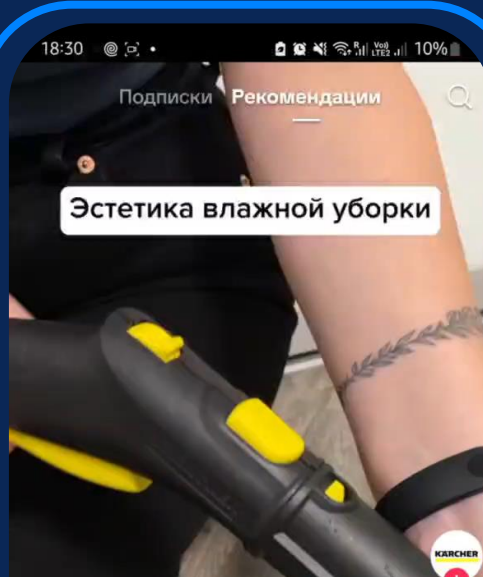
Такуую милота нашла



WILDBERRIES

TikTok
@wb_hunter

способ забыть о
проблемах с
волосами🔥



Источник: SPARCS, 2024-2025

02. КАК ОКАЗАТЬСЯ В КОРЗИНЕ ЗУМЕРА?



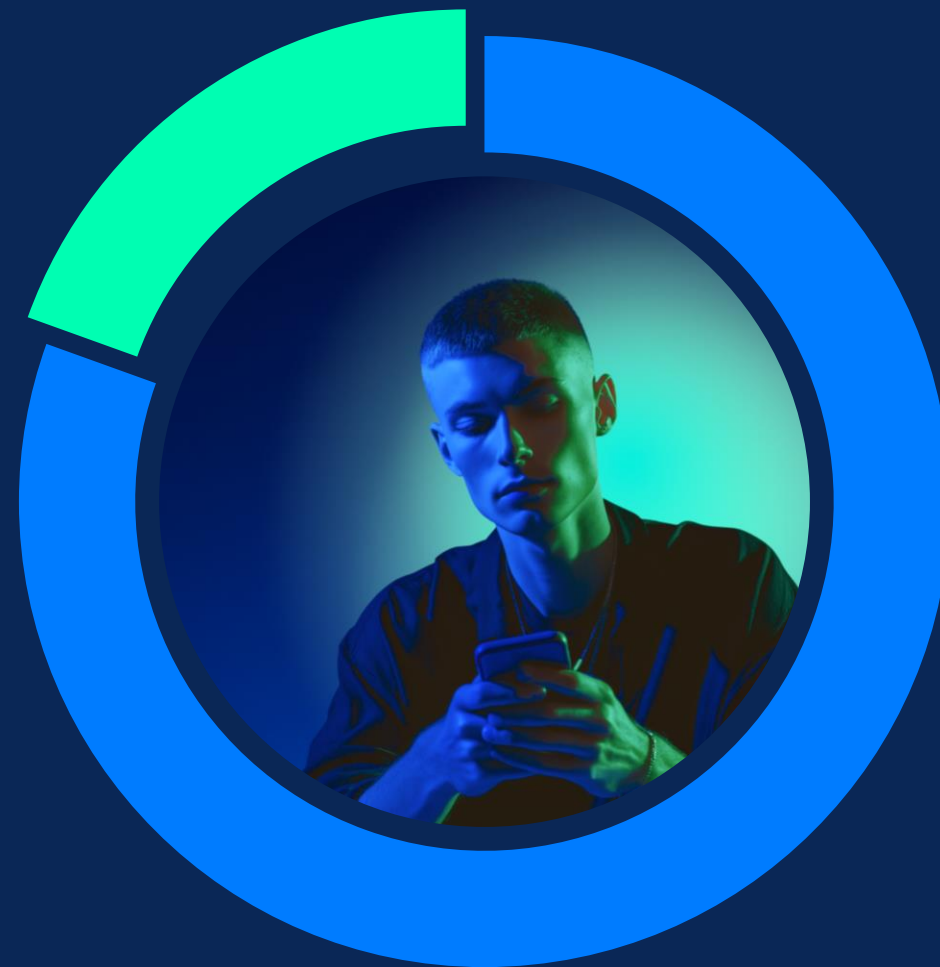


КАК ОКАЗАТЬСЯ В КОРЗИНЕ ЗУМЕРА?

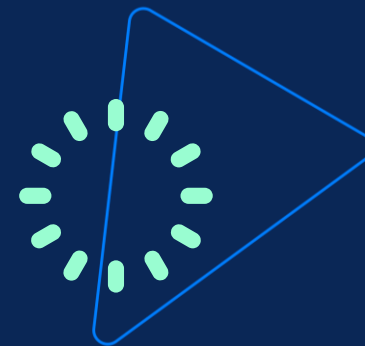
ОТВЕТ: ВОСПРИНИМАЙТЕ ТОВАР КАК КОНТЕНТ

У КОТОРОГО ЕСТЬ СВОЯ ЦЕНА

**80% ЗУМЕРОВ
ЗАХОДЯТ НА
МАРКЕТПЛЕЙСЫ
НЕ ТОЛЬКО
ПОКУПАТЬ**



КОНТЕНТ, КОТОРЫЙ ЦЕПЛЯЕТ



ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ЯКОРЬ

ЭСТЕТИЧНАЯ ИНФОРМАТИВНОСТЬ

 **x2.3** выше CTR
vs аналог

53% реагируют
на эстетику



group4media

КОНТЕНТ, КОТОРОМУ ДОВЕРЯЮТ



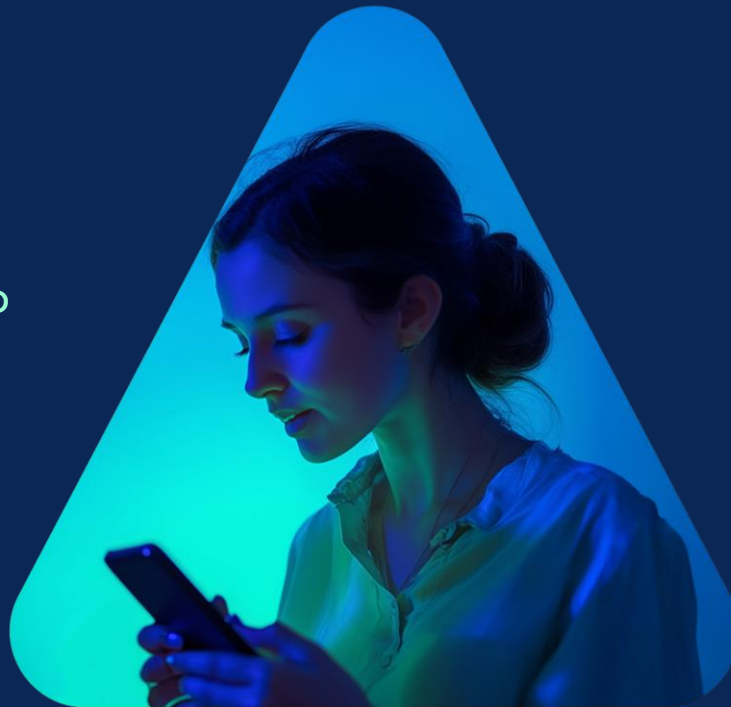
85%

Отзывы и рейтинг определяют выбор нового товара для зумеров



36%

ищут отзывы, если на ритейлере их нет или мало



НО САМИ ОТЗЫВЫ НЕ ОСТАВЛЯЮТ



80%

НЕ ПИШУТ ОТЗЫВЫ
НА РИТЕЙЛЕРАХ

Источник: исследование era, Group4Media, 2025

group4media

КОНТЕНТ, КОТОРЫЙ ДАРИТ УДОВОЛЬСТВИЕ

52%

любят пробовать
новинки и открывать
новые бренды



СТМ НЕ ДЛЯ ЗУМЕРОВ?

46%

регулярно покупают СТМ
быстрых доставок



летний
ФОРУМ

Источник: исследование era, Group4Media, 2025

group4media

КОРЗИНА ПОТРЕБНОСТЕЙ ЗУМЕРА

для
души

36%

покупают то, что в тренде,
о чем все говорят

ПОЛЕЗНЫЕ
НОВИНКИ

71%

покупают новинки

ЗНАКОМЫЕ
ЛЮБИМЫЕ ТОВАРЫ

46%

придерживаются единожды
выбранных брендов

82%

важно соотношение
цены и качества
ТОП-2 фактор выбора



03. КАК ОСТАТЬСЯ В КОРЗИНЕ ЗУМЕРА НАДОЛГО?





КАК ОСТАТЬСЯ В КОРЗИНЕ ЗУМЕРА НАДОЛГО?

ОТВЕТ:
ПЕРЕСОБЕРИТЕ
КЛАССИЧЕСКУЮ ВОРОНКУ
КОММУНИКАЦИИ

летний
ФОРУМ



ПОЧЕМУ? СЛОВО ЗУМЕРАМ

group4media

**ЛОЯЛЬНОСТЬ
ЗУМЕРА
НЕ В ПОДПИСКЕ,
А ВО ВНИМАНИИ
К РЕКЛАМЕ
ЛЮБИМЫХ
БРЕНДОВ**

63% не подписываются
на соцсети брендов
(даже любимых)

но **34%**
ПОСЕЩАЮТ СТРАНИЦЫ
БРЕНДА В ЕКОМЕ

**ВОСПРИНИМАЯ РЕКЛАМУ
КАК ИСТОЧНИК НОВОСТЕЙ**

НАПОМИНАНИЕ ЧЕРЕЗ ОХВАТНЫЕ МЕДИА – **НОВАЯ РЕАЛЬНОСТЬ** **РАБОТЫ С ЛОЯЛЬНОСТЬЮ**

ОТ КЛАССИЧЕСКОЙ
ВОРОНКИ

ОХВАТ



ЛОЯЛЬНОСТЬ



К ПЕСОЧНЫМ ЧАСАМ
КОММУНИКАЦИИ



ЛОЯЛЬНОСТЬ
ЧЕРЕЗ ОХВАТ



RED FLAGS

ДЛЯ ЗУМЕРА



**СЛЕНГ РАДИ
СЛЕНГА**



**УСТАРЕВШИЙ
МЕМ**



**ЗАЕЗЖЕННЫЙ
ИНФЛЮЕНСЕР**



**КРЕАТИВ
БЕЗ ВКУСА**

глоу-ап
ТОПЧИК
кринж
треш
вайб
катка
фейк
СВЭГ
КРАШ
сигма
флексить
агриться
имба
Нормис
баттхерт
лол
форсить
царь
слэй
байтить

ЗА ЗУМЕРОВ ОТВЕЧАЕМ



КАК ПРИВЕСТИ ЗУМЕРА К КОРЗИНЕ

Вовлекайте зумера на его территории. Задействуйте покупателей-креаторов



КАК ОКАЗАТЬСЯ В КОРЗИНЕ ЗУМЕРА

Воспринимайте товар как контент, у которого есть цена



КАК ОСТАТЬСЯ В КОРЗИНЕ ЗУМЕРА НАДОЛГО

Пересоберите классическую воронку коммуникации

**ВДОХНОВЛЯЙТЕ GEN Z
И ВДОХНОВЛЯЙТЕСЬ ИМИ,
И ОНИ ОТВЕТЯТ ВАМ
ПОКУПКАМИ**



@GROUP4MEDIA_NEWS