



Lifestyle нового поколения

Марина Богомягова,
генеральный директор делового журнала
«Эксперт Северо-Запад»



Миллениалы, или поколение Y – это люди, родившиеся примерно с 1980 по 2000 годы. Пограничны с поколением Z.





- обладают богатым жизненным опытом
- имеют большой стаж работы
- имеют определенные заслуги
- имеют хорошее образование
- разносторонне развиты
- тактичны
- коммуникабельны

ПОКОЛЕНИЕ Y

МУЛЬТИЗАДАЧНОСТЬ



БУДУЩЕЕ



ТЕХНОЛОГИИ

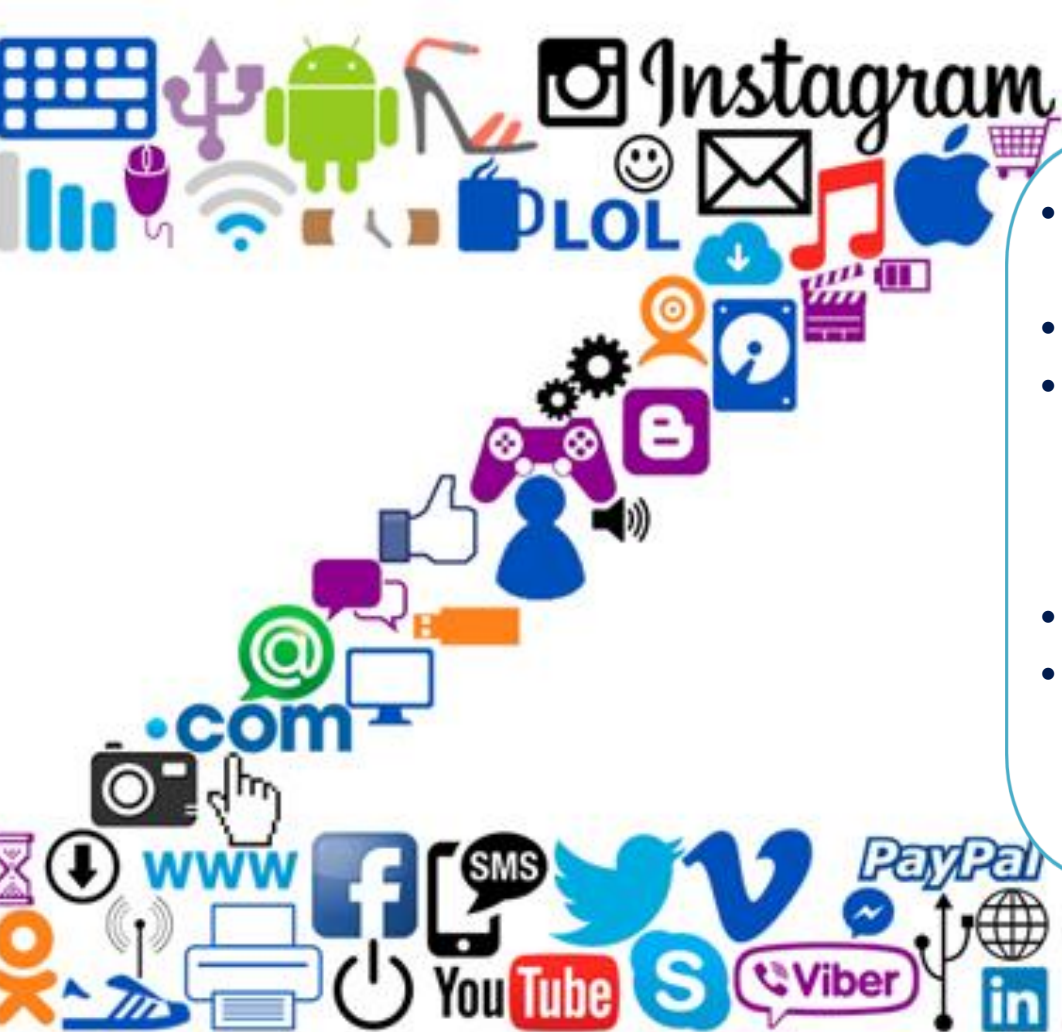


СРЕДСТВА
КОММУНИКАЦИИ



ИННОВАЦИИ





- умеют отлично работать с любой информацией
- быстро развиваются
- могут делать одновременно несколько дел (писать сообщение, слушать музыку, играть в компьютерную игру и учить уроки)
- «клиповое» мышление
- плохое запоминание (всю информацию при случае можно посмотреть в сети)

Особенности образа жизни

Миллениалы по-другому смотрят на семью.

Они позже регистрируют брак и заводят детей:

- в 1980 году 66 % тех, кому было между 25 и 34 годами, уже состояли в браке.
- в 2015 году 40%.



Взгляды на родительство тоже изменились:

- 64 % отцов и 50 % матерей из поколения Y считают, что быть родителями — это быть партнерами с равными обязанностями по отношению к ребенку.



- польза и здоровье от смузи до детокс программ
- вместо еды (важна питательная ценность)



- естественная природная энергия / заменители кофе
- обогащенные витаминами напитки
- спортивные напитки и протеиновые коктейли

Личностные особенности

- Отрицание авторитетов
- Вера в себя и свои силы
- Динамичность – жажда познать мир
- Преобладание духовного над материальным
- Готовность к изменениям



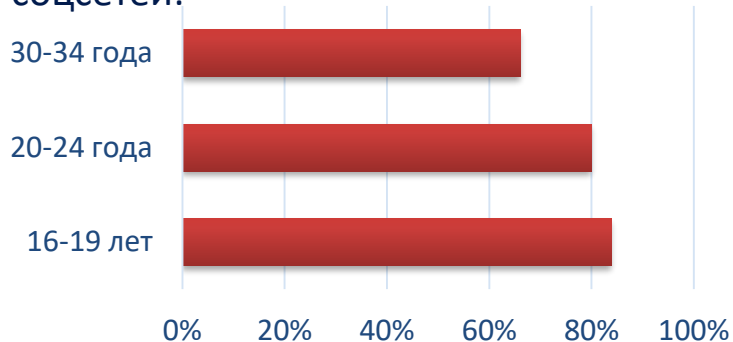
Покупательские особенности

- миллениалы редко покупают дома, еще реже – автомобили,
- вообще не делают сверхдорогих покупок, за исключением смартфонов,
- тратят порядка \$180 млрд ежегодно,
- миллениалы превосходят в тратах предыдущие поколения: на обед в среднем 6-7 тр в месяц, на кофе 4-5 тр в месяц.



Особенности восприятия и доверия информации из соцсетей

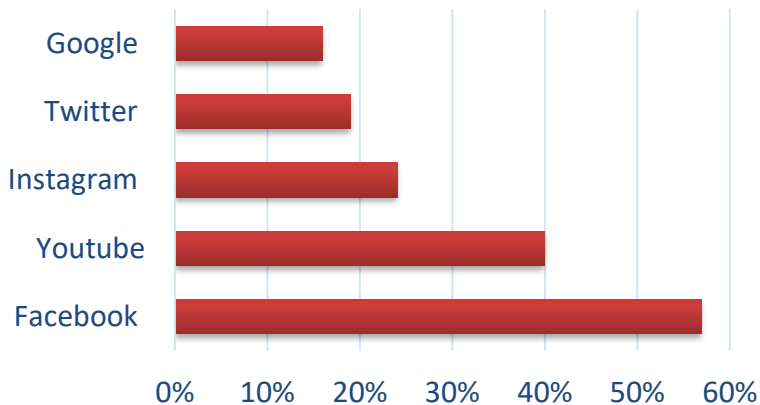
Возрастные особенности влияния соцсетей:



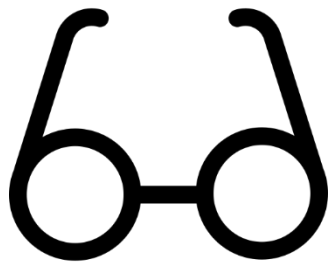
Зависимость покупки от отрасли:



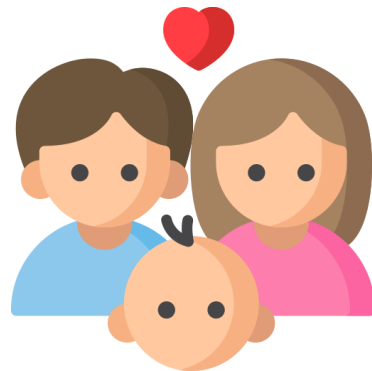
Социальные сети:



«Виды» миллениалов

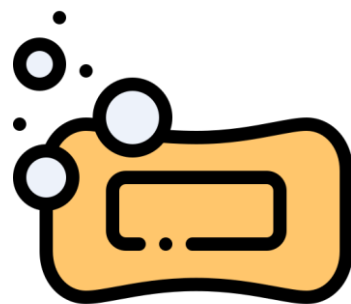
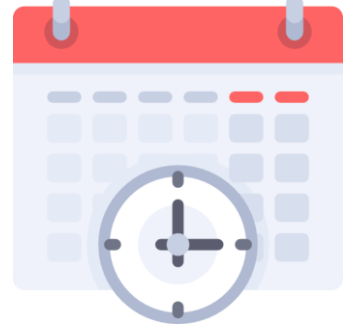


- «Осведомленные» (Hip-ennial)
- «Продвинутые» (Gadget Guru)
- «Зеленые и пушистые» (Clean and Green)
- «Консерваторы» (Oldschool)
- «Мамы миллениалы» (Millenial-Mom)
- «Анти-миллениалы» (Anti-Millenial)



Миллениалам не нравятся

- **салфетки** (им предпочитают бумажные полотенца),
- **обычное мыло** (предпочитая ему жидкое мыло),
- **рабочий день с девяти до пяти** (многие предпочитают нестандартный рабочий график, удалённую работу и фриланс),
- **строгие костюмы** и высокую моду вообще (слишком скучно, дорого и, в общем, неинтересно),
- **ювелирные украшения** (скучно, дорого, лучше поехать за границу).



Миллениалы уничтожат

- Пиво
- Торговые центры
- Мотоциклы
- Профессиональная солидарность
- Макдоналдс
- Отпуска
- Крепкие рукопожатия
- Дорогие вина



- Романтика знакомств
- Типичные имена для детей
- Гостиничный уют
- Крупные турагентства
- Хлебная продукция
- Молоко???

Марина Богомякова,
генеральный директор делового журнала
«Эксперт Северо-Запад»

Тел.: 8-921-584-67-11

Почта: bmv@expertnw.ru

facebook.com/MarinaBogomyagkova

instagram.com/marina_bogomyagkova

