

PUBLICIS GROUPE RUSSIA ИЗУЧИЛА БРЕНД-ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПОКОЛЕНИЯ Z В РОССИИ

Российские подростки чаще всего выделяют бренды из категорий диджитал, медиа и сладости.

Publicis Groupe Russia составила первый рейтинг любимых брендов российского поколения Z на основе масштабного исследования, проведенного в течение первого полугодия 2020 года. В опросе приняли участие 6 тыс. молодых людей и девушек (50 на 50%) в возрасте от 14 до 24 лет. Для составления первичного списка брендов использовались вопросы в открытой форме.

Сегодня 17,4% населения России — это Gen Z (Mediascope, Brandpulse Q1 2020), и в дальнейшем их потребительская активность будет только расти. Ускорение прогресса, произошедшее в последние десятилетия, привело к тому, что это поколение сформировалось в совершенно новой цифровой среде.

Российское поколение Z

Представители российского поколения Z наибольшее предпочтение отдают медиагигантам и IT-компаниям, производителям сладкого, газировки и ресторанам быстрого питания. В топ-3 входят только цифровые-бренды — VK, YouTube и Google.

Фаворитами для россиян остаются зарубежные бренды, в топ-20 только две российские компании — VK и «Яндекс».

Помимо ожидаемого доминирования диджитал-брендов, в рейтинге любимых марок поколения Z в России очень высокие позиции у брендов сладостей — Kinder и Nesquik, которые традиционно ориентируются на более юную аудиторию, чем тот же Snickers. Можно предположить, что на поколение Z бренды, которые были любимы в детстве, имеют сильное влияние и в более старшем возрасте. Второй фактор — более медленное взросление представителей поколения Z. Они очень продвинуты в технологиях и активно пользуются информационными ресурсами, при этом склонны дольше жить под опекой родителей.

Юлия Удovenko, Business Transformation Director Publicis Groupe Russia: «На нашем рынке очень мало данных именно по Gen Z, и зачастую бренды и продукты, направленные на данную аудиторию, при разработке коммуникации отталкиваются от глобальных ценностей или данных американского рынка. Для нас важно регулярно отслеживать основные поведенческие изменения подростков именно на нашем рынке — например, у нас отклик на сладости значительно сильнее и ввиду географической специфики страны наблюдаются существенные различия между подростками в зависимости от размера населенного пункта».

Гендерные предпочтения

Помимо цифровых компаний и медиабрендов, подростки сходятся в любви к сладостям: в топ-15 около трети брендов представляют эту категорию, причем у девушек сладости входят в топ-5, а у мужчин — только в топ-10. В пятерку любимых брендов молодых людей также входят производители спортивной одежды Nike и

Adidas (Nike у девушек на более низкой позиции, а Adidas вообще не представлен) и электроники — Sony (в основном из-за увлечения PlayStation). Приоритеты девушек другие: на третьем месте Instagram (у парней не входит даже в пятерку), в топе — Netflix и Disney, бьюти-бренд всего один — «Л'Этуаль». Отношение к брендам ресторанов быстрого питания тоже различается: молодые люди предпочитают KFC, а девушки — McDonald's.

Любимые бренды женской и мужской аудитории

Женщины

01 VK 316	02 YouTube 314	03 Instagram 289
04 Kinder 274	05 Milka 264	06 Google 262
07 Netflix 248	08 Nesquik 245	09 Twix 236
10 Yandex 232	11 McDonald's 226	12 Samsung 226
13 KFC 220	14 Disney 219	15 Nike 218

Мужчины

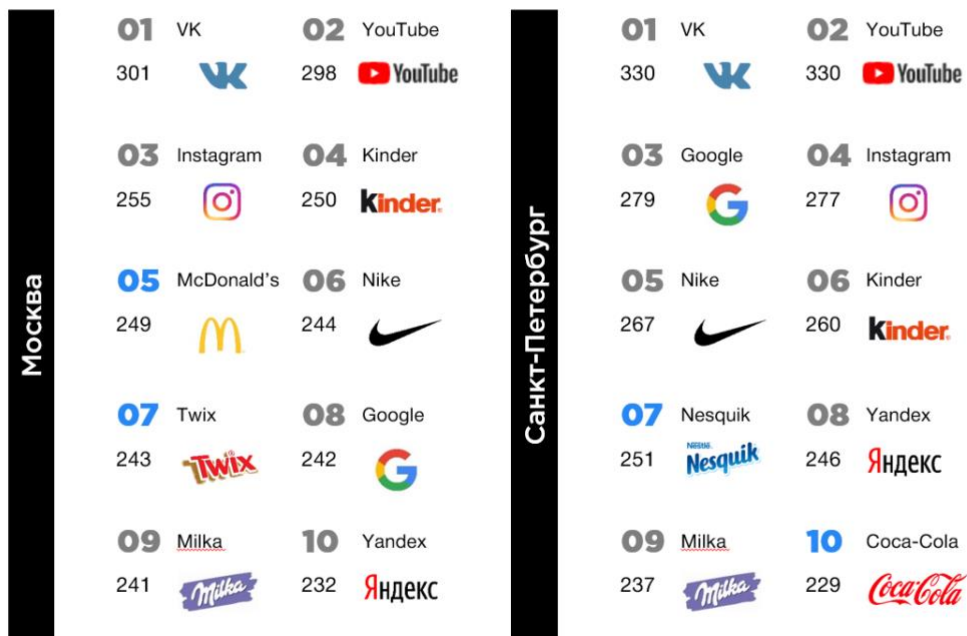
01 YouTube 291	02 VK 288	03 Google 243
04 Nike 243	05 Adidas 238	06 KFC 230
07 Sony 222	08 Nesquik 220	09 Kinder 218
10 Milka 218	11 Instagram 217	12 Samsung 216
13 Yandex 214	14 Twix 212	15 Snickers 210

00 Бренды, характерные для выделенного сегмента

Столицы и регионы

Несмотря на стереотип о различиях в менталитете жителей Москвы и Санкт-Петербурга, поколения Z в этих городах схожи в предпочтениях: и те, и другие выбирают бренды из категорий IT и сладости. Отличия в том, что москвичи больше любят McDonald's и Twix, а петербуржцы — Nesquik и Coca-Cola.

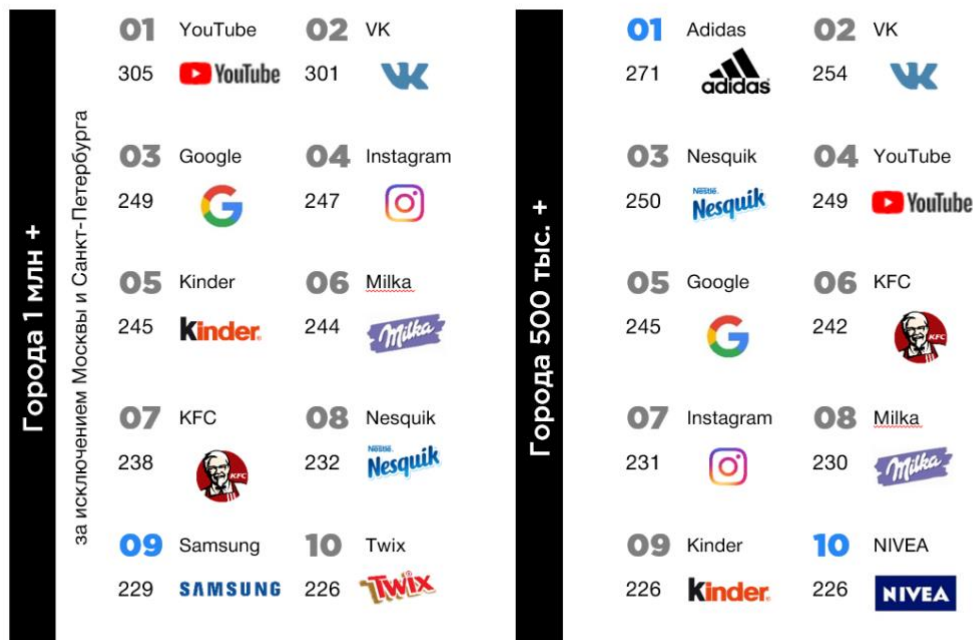
Любимые бренды по городам



00 Бренды, характерные для выделенного сегмента

В региональной разбивке различия становятся более четкими: поколение Z из городов-миллионников (кроме Москвы и Петербурга) в топе выделяют Samsung, а для жителей городов с населением 500 тыс. самым любимым брендом является Adidas (тогда как жители Москвы и Петербурга предпочитают Nike). Технологичные бренды не так популярны в регионах — только VK находится в топ-2.

Любимые бренды по городам



00 Бренды, характерные для выделенного сегмента

«Для поколения Z ключевым фактором лояльности и выбора бренда является опыт. В первую очередь цифровой — взаимодействие с брендом через сервисы и контент. Кроме того, важную роль играет эмоциональная сторона потребления продукта, которая сохраняет свою силу довольно долго. Именно поэтому бренды с четкими ритуалами потребления и взаимодействия с продуктом (как Kinder, Nesquik, McDonald’s) получили более высокие позиции», — отмечает Юлия Удовенко, Business Transformation Director Publicis Groupe Russia.

Методология

В опросе приняли участие 6 тыс. респондентов из городов с населением более 500 тыс. по всей России: поровну молодых людей и девушек в возрасте от 14 до 24 лет, из них 56 % в возрасте от 14 до 18 лет и 44 % в возрасте от 19 до 24 лет. Из Москвы было 26 % респондентов, из СПб — 14 %, из городов с населением больше 1 млн — 48 %, больше 500 тыс. — 12 %.

За основу была взята методология, активно используемая компанией Morning Consulting для проведения исследования [Most Loved Brands](#) среди поколения Z в США.

Опрос проходил в два этапа. На первом было проведено более 300 интервью для определения списка любимых марок поколения Z: респондентам предлагалось в

открытой форме перечислить любимые бренды. На втором этапе пользователей просили выбрать знакомые марки и ответить, нравится ли им тот или иной бренд, доверяют ли они ему, готовы ли рекомендовать своим друзьям и знакомым. По каждому бренду из списка проводилось 600 интервью, **в которых бренды оценивались по параметрам Favorability** (индекс благоприятности бренда), **Trust** (индекс доверия), **NPS** (индекс потребительской лояльности) и **Community Impact** (индекс влияния на общество).