

**КАК ОЩУЩАЕТ
СЕБЯ ПОТРЕБИТЕЛЬ
В ЭПОХУ,
КОГДА КАЖДЫЙ
ВТОРОЙ ХОЧЕТ
СТАТЬ БЛОГЕРОМ**



+ IZM~~NI~~ SOZNANI~~E~~ 2025 + RABBIT+CARROT +





КЕМ МЕЧТАЛИ СТАТЬ РАНЬШЕ

Кем вы мечтали стать, когда были ребенком?

Топ-20 профессий для соискателей в возрасте старше 25 лет



аквалангист в команде Кусто,
дрессировщик дельфинов, зоотехник,
мелиоратор, почтальон, снайпер, шпион,
эзотерик

КЕМ МЕЧТАЮТ СТАТЬ СЕЙЧАС

57%

поколения Z
мечтают стать
инфлюенсерами

41%

взрослых тоже
не прочь ими быть

Согласно исследованию 2023 года
от Morning Consult

4 место

у детей в России занимает
желание стать блогером
(на самом деле почти третье)

Согласно порталу Работа.ru



ХОРОШИЙ ЧЕЛОВЕК – НЕ ПРОФЕССИЯ, А БЛОГЕР – ДА

~45%

считают блогинг
полноценной
работой

58%

выразили желание
самостоятельно
заняться блогингом



**ПОЭТому контент
плодится,
будто гремлины
прыгнули
в бассейн**

1-ая нейросеть
пишет текст

2-ая озвучивает

3-я режет видеоряд



МАЛО КТО
ДЕЛАЕТ
КОНТЕНТ
РАДИ
КОНТЕНТА

Тут и там
появляется
куча рекламы
и-и-и...

...НА ЗАПАДЕ ЗАРОДИЛСЯ ПРОТЕСТ ПРОТИВ РЕКЛАМЫ — ДЕИНФЛЮЕНСИНГ

«Разочарование в культуре
потребления» как со стороны
подписчиков, так и инфлюенсеров



Аудитория оценила, что блогеры
стали заботливыми экспертами,
и вместо того чтобы продвигать
товары, отговаривают
от бессмысленных покупок



ПОТРЕБИТЕЛЬ НАЧИНАЕТ ЦЕНИТЬ ЭКСПЕРТНОСТЬ



Люди устали от наигранного успешного успеха

59% отметили необходимость получения специального образования для блогеров

Информативность догоняет амбициозность

Эксперты становятся доверенными проводниками и учителями, помогая подписчикам стать лучше и теми, кем они хотят быть



-49% опрошенных больше доверяют рекламе у блогеров, которые специализируются на конкретной тематике

ВЗЛЁТ ТРЕНДА НА ЭКСПЕРТНЫХ БЛОГЕРОВ И НАУЧПОП

Кореевед
Андрей Ланьков



Астроном
Владимир Сурдин

Раньше таких ребят звали
в подкасты с тысячами
просмотров или в формате
«комментария от эксперта»

Антраполог
Дробышевский
Станислав



**А сейчас у них собственные
сотни тысяч на личных каналах
и приглашения в топовые ютуб-
шоу. Они стали звёздами
из мира науки, а не пафоса.**

БИЗНЕСМЕНЫ – ТАКИЕ ЖЕ ЭКСПЕРТЫ

Предприниматели тоже следуют этой тенденции и становятся медийными, чтобы укрепить личный бренд и свой бизнес



Федор
Овчинников



Максим
Спиридонов



Виталий
Истомин

Подписчики получают возможность изучить их опыт и образ мышления, чтобы использовать в своей жизни



КАЧЕСТВЕННЫЙ КОНТЕНТ РАСТЁТ В ЦЕНЕ ВО ВСЕХ СМЫСЛАХ



Экспертные форматы выделяются в ленте на фоне жвачки для мозга

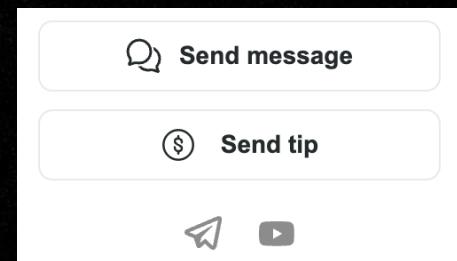
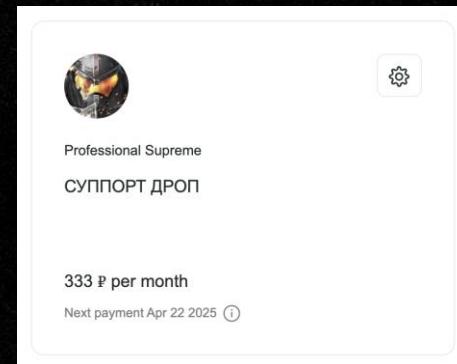
С начала 2022 г. количество авторов на Boosty увеличилось в 10 раз

Оборот сервиса показал более чем восьмикратный рост. Это означает, что за авторами пришла аудитория, готовая платить за контент

ГИПОТЕЗА

АУДИТОРИЯ ГОТОВА ПЛАТИТЬ ЗА КОНТЕНТ = ЛОЯЛЬНОЕ КОМЬЮНИТИ

Возможный дополнительный фактор при выборе блогера — оценка его подписчиков на Boosty



GOALS

 1 000 of 1 000 paid subscribers

Когда наберем 1000 платных подписчиков, на бусти будет выходить ещё дополнительный уникальный ролик в неделю!!!

23 105 of 200 000 P mon
raised

Экстра выпуск м/ж для б...ров!
Как всегда выбираю для...с
отборный треш. ПАААЕ...ЛИ

[DONATE](#)

SOULMATES: РОСТ НАНО- И МИКРОБЛОГЕРОВ

В глазах аудитории — они друзья-эксперты без тысячи рекламных интеграций. Люди верят таким авторам больше именно за искренность и отсутствие рекламного шума.

82%

потребителей с высокой вероятностью следуют рекомендациям микроблогеров

Forbes

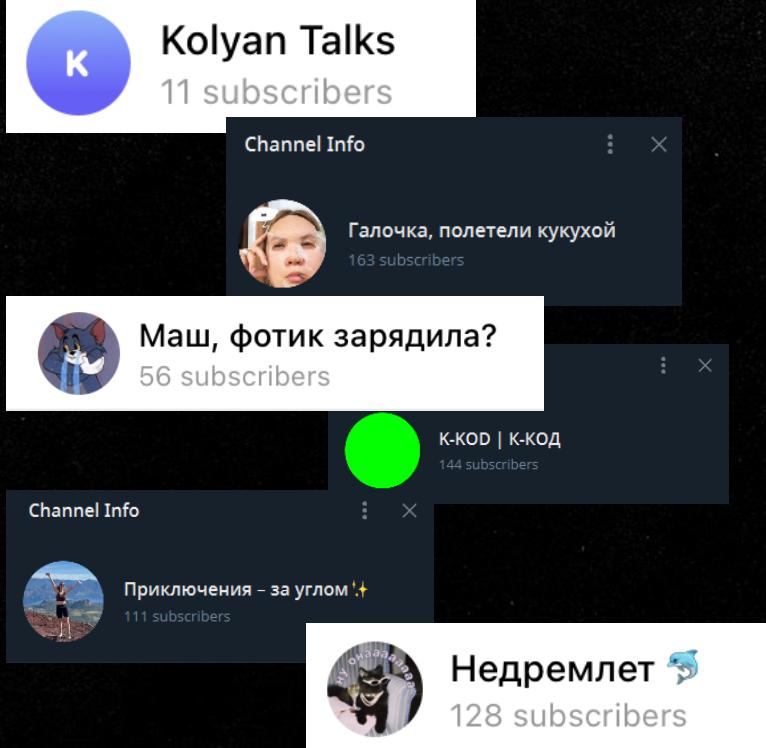


75%

респондентов доверяют рекомендациям нано-инфлюенсеров больше, чем рекомендациям более крупных инфлюенсеров

Stars and stories

БУМ ЛИЧНЫХ КАНАЛОВ



И теперь даже обычные пользователи активно создают свои TG каналы для узкого круга друзей и знакомых — по данным TGstat доля пользователей подписанных на такие каналы в 2021 составляла 27%, а в 2023 уже 45%.

84% подписчиков ставят реакции под постами — значит читают и вовлекаются

Еще одно подтверждение — в 2023 количество русскоязычных TG-каналов превысило 700 000, что вдвое больше, чем в 2021

Их используют как дневники и для прокачки личного бренда

FAST HIGH: СКРОЛЛ ЛЕНТЫ РАДИ ДОФАМИНА

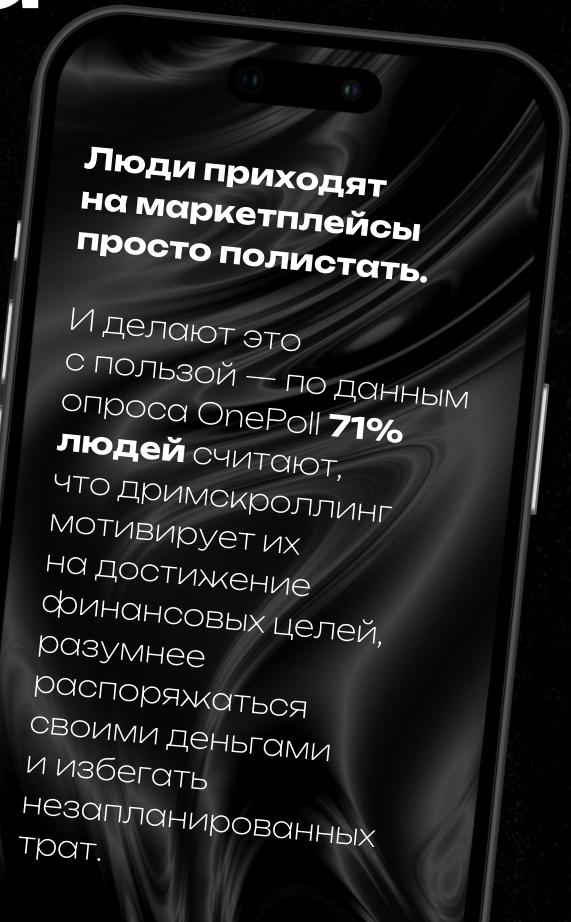
Жвачка для мозга
никуда не делась

Яркое проявление этого —
когда человек листает ленту
не ради информации,
а чтобы отключиться
от реальности



DREAMSCROLLING

Эта привычка
постепенно перешла
для потребителя
в новую форму —
dreamscrolling
в e-com



ПОЯВЛЕНИЕ ПРОДУКТОВЫХ ИНФЛЮЕНСЕРОВ ВНУТРИ Е-СОМ ПЛАТФОРМ



В Китае блогерша за один эфир продала товаров на миллионы долларов, в том числе посещение запуска ракеты

Wildberries добавил монетизацию для блогеров в Vibes

У нас все только зарождается: сначала — видеообзоры, а потом, возможно, формат авторов, которых выбирают не по просмотрам, а результатам конверсии и лояльности

ИТОГО

Потребитель воспринимает
блогерство как **полноценную**
профессию

Люди всё чаще используют
блогинг для развития
личного бренда

Аудитория по-прежнему
любит крупных селебрити,
но у них появилась **сильная**
альтернатива —
блогеры-эксперты

Аудитория больше **доверяет**
экспертам и ожидает
профессионализма
от блогеров

别当博主，
要做专业人士。



Не будьте просто
блогерами — будьте
профессионалами

