Культурный код кошелька: ценности, которые подтверждены покупками

t2 AdTech

Татьяна Ковалевская

Коммерческий директор T2 AdTech

Рынок устал от слишком плоских описаний

- ~~Доход не объясняет~~, почему люди с похожими возможностями живут по-разному
- ~~Возраст не объясняет~~, что именно человек считает нормой
- Повседневная трата лучше показывает приоритеты, чем декларации

Люди похожи по деньгам, но отличаются по логике жизни

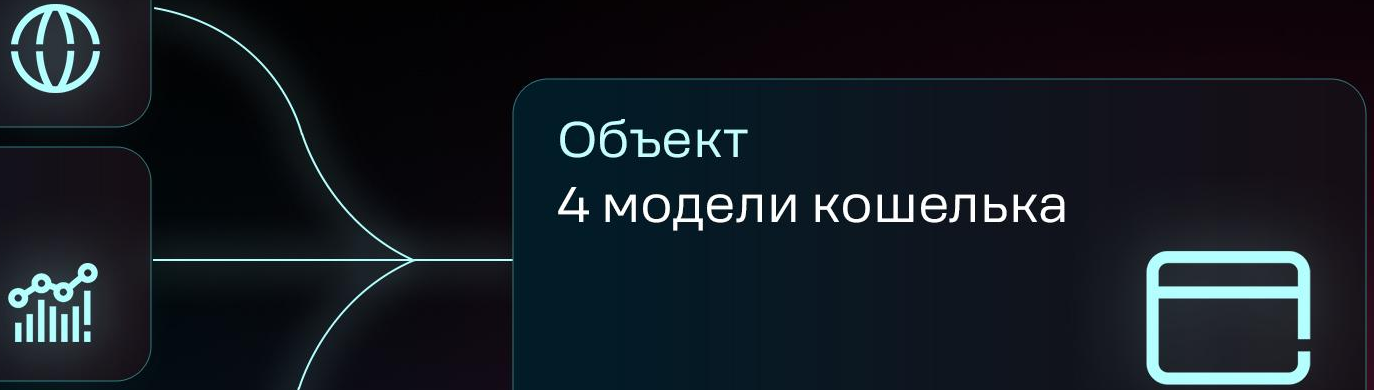
Мы анализировали не людей по одиночке, а устойчивые модели на агрегированных данных

Источник
T2 Big Data

Срезы
Возраст, город, устройство

Корректность
Только агрегированные данные

Объект
4 модели кошелька



• 15 городов-миллионников • 4 шкалы поведения • без нарушения приватности

Почти две трети рынка живут в базовом режиме

63,5%

Базовый

17,5%

Впечатление

14,0%

Комфорт

5,0%

Премиум

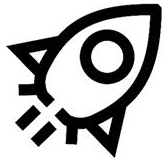
36,5%

более трети живут в других сценариях

Перед нами не четыре уровня дохода, а четыре модели повседневности

Базовый

Впечатление

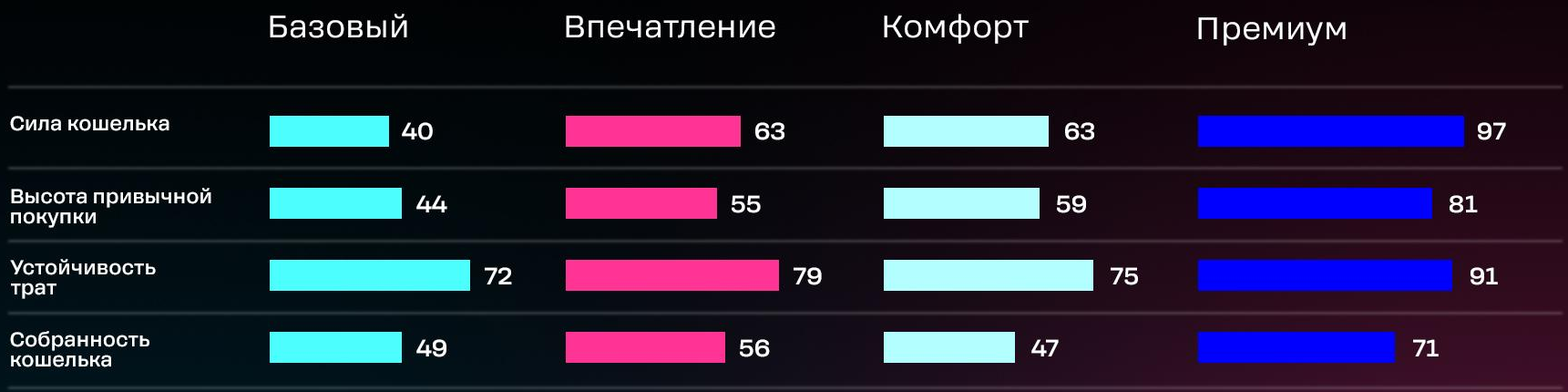


4 модели

Комфорт

Премиум

Кошельки различаются не только объемом трат, но и способом тратить



База — это не слабость. Это собранная повседневность

Базовый кошелёк

63,5%
БАЗЫ

- Контроль
- Устойчивость
- Понятная польза

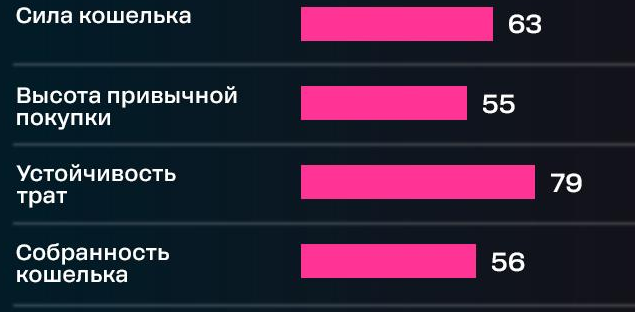
✓ работает: понятность, выгода, честность

✗ не работает: пафос, сложная символика, лишняя эстетизация

Впечатление — это не импульс. Это устойчивая модель жизни

Кошелёк впечатлений

17,5%
БАЗЫ



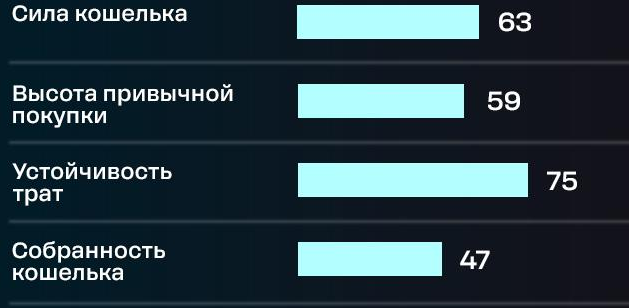
Эмоционально значимые траты могут быть не вспышкой, а привычным сценарием жизни

✓ работает: сюжет, ритуал, эмоция, ощущение выхода из рутины

Комфорт монетизируется лучше, чем эмоция

Кошелёк комфорта

14,5%
БАЗЫ



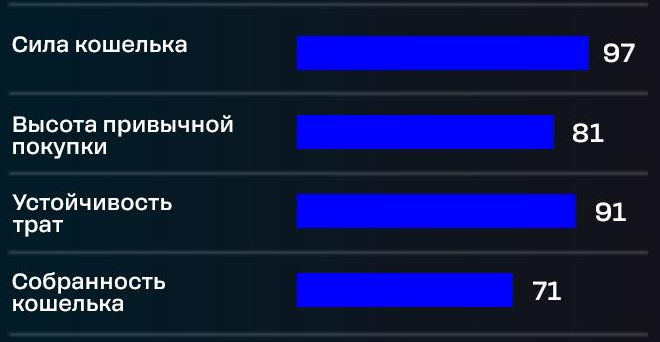
Люди готовы платить больше не только за эмоцию, но и за то, чтобы жизнь требовала меньше усилий

✓ работает: удобство, сервис, экономия времени, снятие трения

Премиум — это не вспышка дорогих трат. Это высокий стандарт как норма

Премиум кошелёк

5,0%
БАЗЫ



- максимальная сила кошелька
- максимальная высота привычной покупки
- максимальная устойчивость
- максимальная собранность

5,0% аудитории, но самый качественный профиль

Премиум — не молодежный сценарий.
А устройство уже стало маркером образа жизни

По возрасту

Максимальная вероятность премиального кошелька — в 25-44, пик ядра — 35-44

По устройству

Доля iOS

От базового к премиальному кошельку резко растет доля iOS

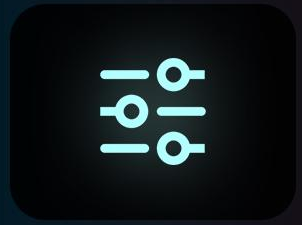
* Остаток - Android

Культура кошелька — это новый язык сегментации

Данные

Тип кошелька

Логика жизни



Тон коммуникации

Спасибо
за внимание