

Красота. Онлайн

Что мы знаем про ценителей красоты?

Наталья Савостьянова, Аналитик

Цифровизация изменила
много вещей





<https://www.swipeandfeed.com/>

Цифровые технологии изменили и подход к бьюти



76%

обращаются к бьюти контенту
онлайн хотя бы 1 раз в месяц

Это уже не только уход за собой, это – стиль жизни



52%

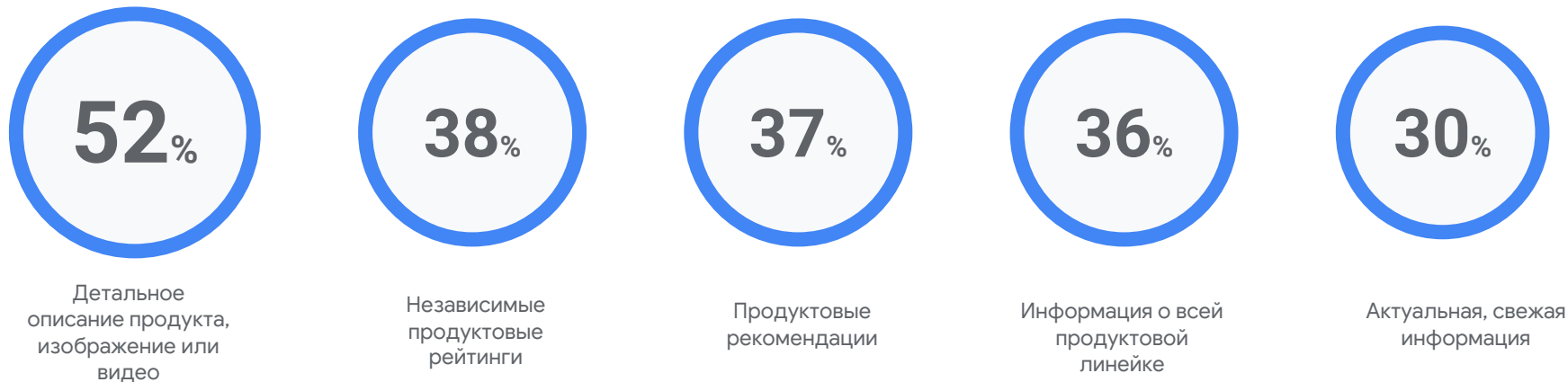
Покупателей – бьюти энтузиасты



Бьюти – это источник вдохновения, возможность быть в тренде

Помимо официальной информации потребителю нужны независимые оценки

Типы информации, востребованные потребителями



Видео на YouTube помогли каждой ТРЕТЬЕЙ покупательнице принять решение о выборе продукта

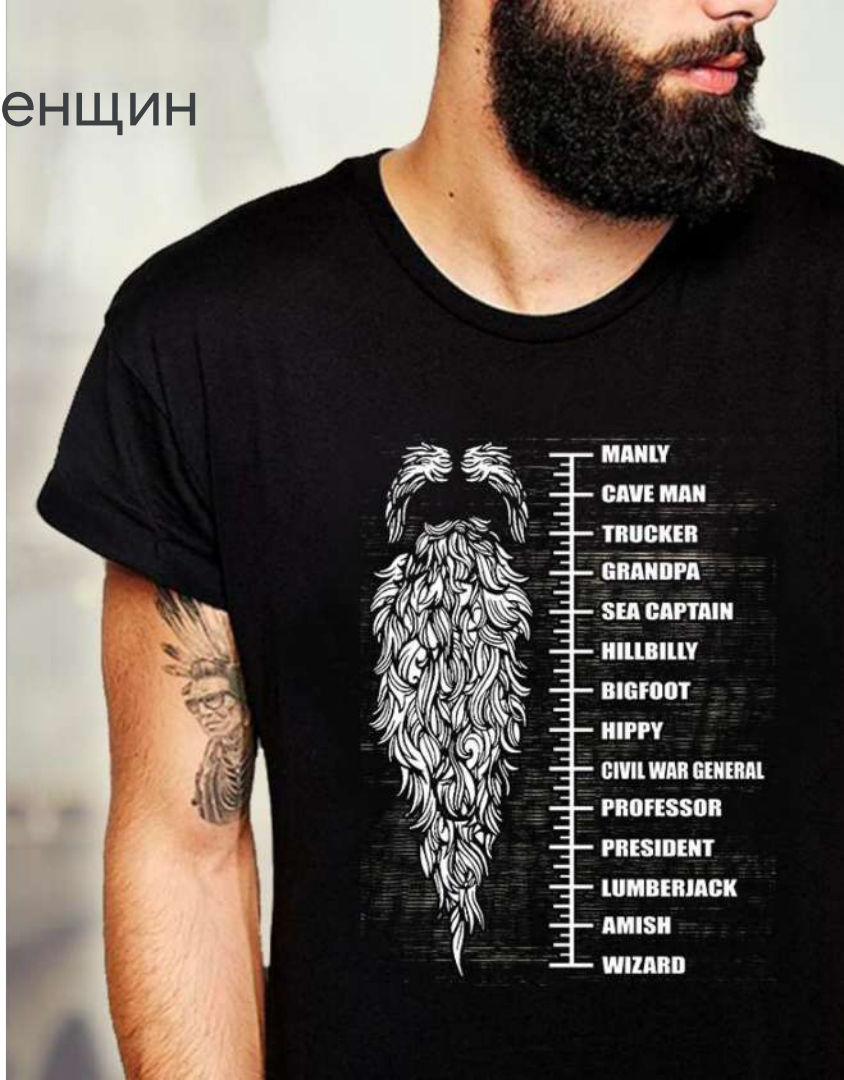


И это актуально не только для женщин

40%

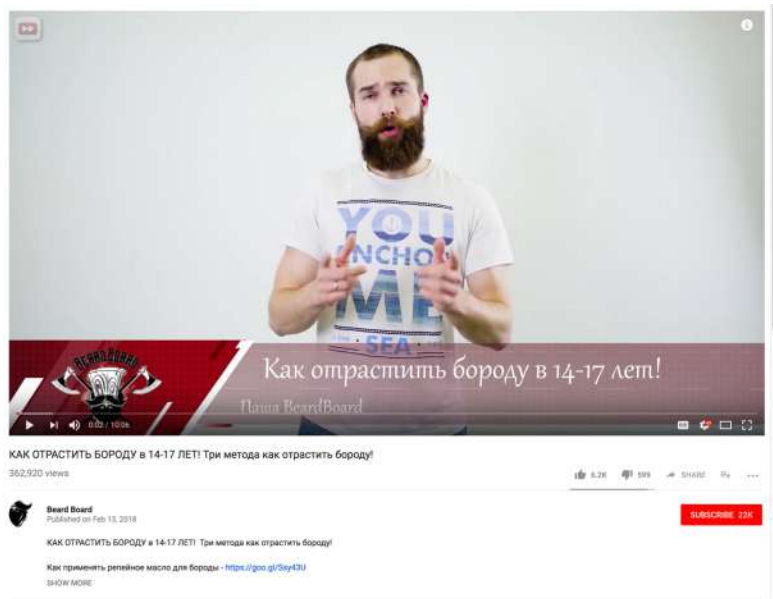
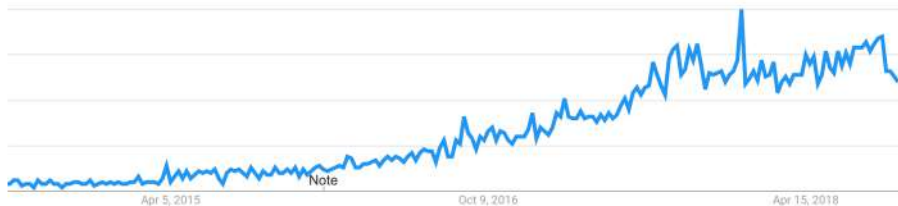
Интересующихся уходом за собой – мужчины

Источник: агрегированные внутренние данные Google, Россия, Сентябрь 2018.
Интересующиеся уходом за собой (волосы, лицо) и косметическими процедурами



Борода и барбершопы – тренды мужского ухода

«Барбершоп»



Интересующиеся уходом за собой мужчины



1,3x

выше интерес к
финансам



1,4x

выше интерес к
бизнес услугам



1,4x

выше интерес к
спорту



Трансформация покупателя

ЛЮБОПЫТНЫЙ

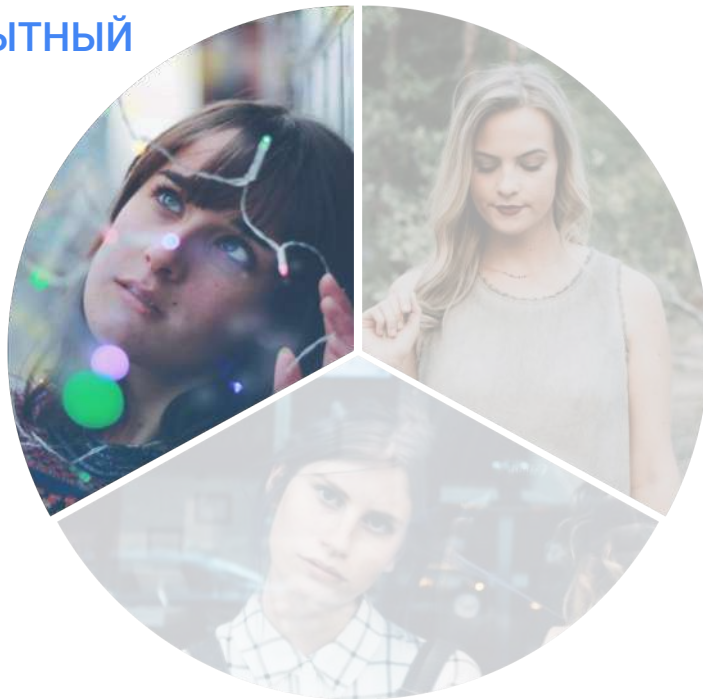


ТРЕБОВАТЕЛЬНЫЙ



НЕТЕРПЕЛИВЫЙ

ЛЮБОПЫТНЫЙ



БЕСТСЕЛЕР THE NEW YORK TIMES И AMAZON

СЕТ СТИВЕНС-ДАВИДОВИЦ

ВСЕ ЛГУТ

ПОИСКОВИКИ,
BIG DATA
И ИНТЕРНЕТ
ЗНАЮТ О ВАС ВСЕ

СЕНСАЦИОННЫЕ
ДАННЫЕ
О ТОМ,

ЧТО ЛЮДИ
ДУМАЮТ
И ДЕЛАЮТ

НА САМОМ
ДЕЛЕ

18+

IT
BEST
SELLER

Proprietary + Confidential

Google

СЕТ СТИВЕНС-ДАВИДОВИЦ

ВСЕ ЛГУТ

ПОИСКОВИКИ,
BIG DATA
И ИНТЕРНЕТ
ЗНАЮТ О ВАС ВСЕ

СЕНСАЦИОННЫЕ
ДАННЫЕ
О ТОМ,

ЧТО ЛЮДИ
ДУМАЮТ
И ДЕЛАЮТ

НА САМОМ
ДЕЛЕ



18+

IT
BEST
SELLER

“

Google – это своего рода
«сыворотка правды»,
потому что люди открывают Google
те мысли, которыми они никогда не
поделятся с друзьями, членами семьи,
врачами или рисечерами...

Сет Стивенс-Давидовиц - ‘Все лгут’

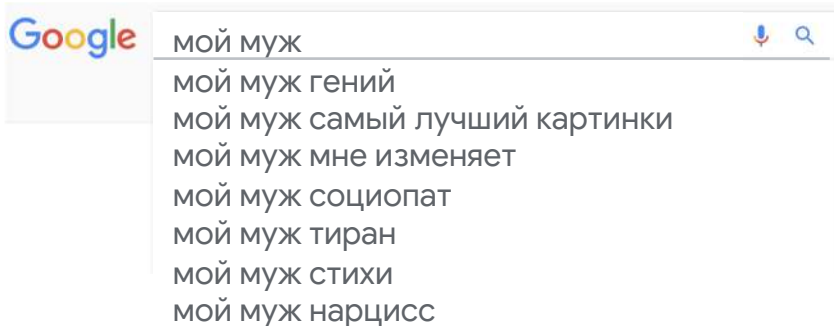
SOCIAL MEDIA

#ИДЕАЛЬНОЕ

[#мужижена](#) [#люблюилюбима](#) [#моясемья](#)
[#моймуж](#) [#моесчастье](#) [#люблю](#)
[#люблюмужа](#) [#любимыймуж](#) [#моймуж](#)
[#мойкапитан](#) [#мойкосмос](#) [#моймужчина](#)
[#моймуж](#) [#мойненормальный](#)
[#мойединственный](#) [#моймоймой](#) ❤️ [#моймуж](#)
[#мояопора](#) [#моевсе](#) [#самыйлучшиймужчина](#)

GOOGLE SEARCH

#РЕАЛЬНОЕ



С помощью поиска можно найти закономерности

Proprietary + Confidential



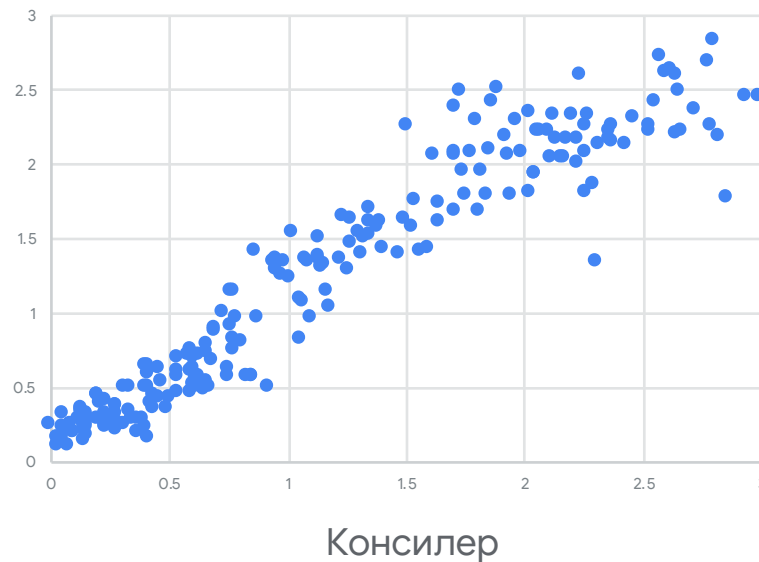
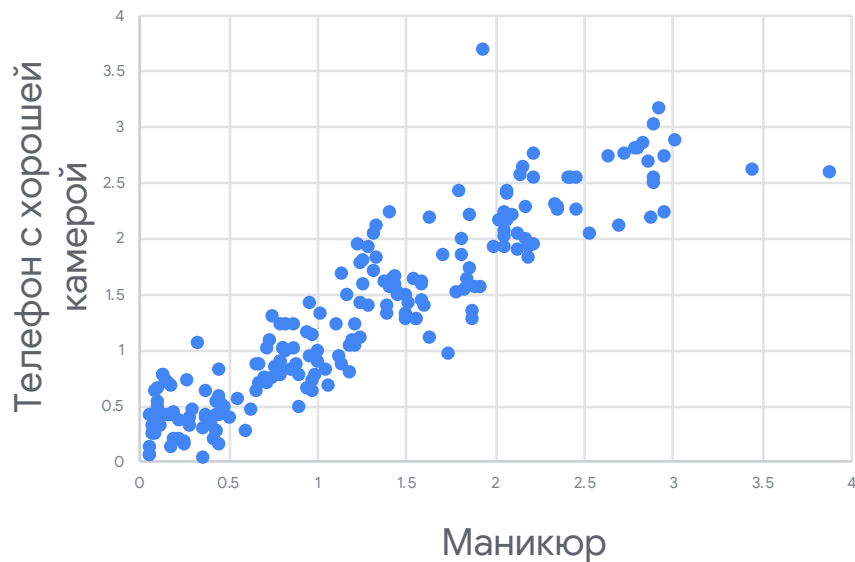
Источник: Google correlate, Россия, 2013-2018

Google

Еще пример...

Proprietary + Confidential

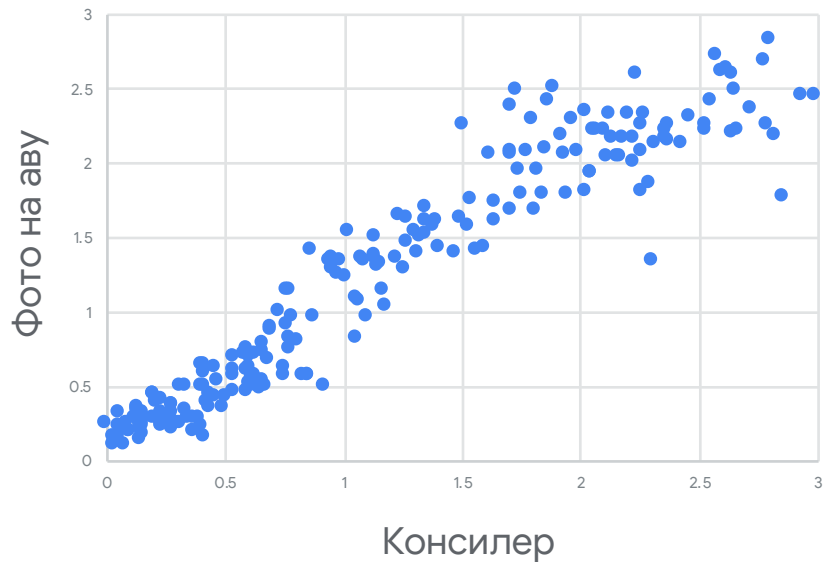
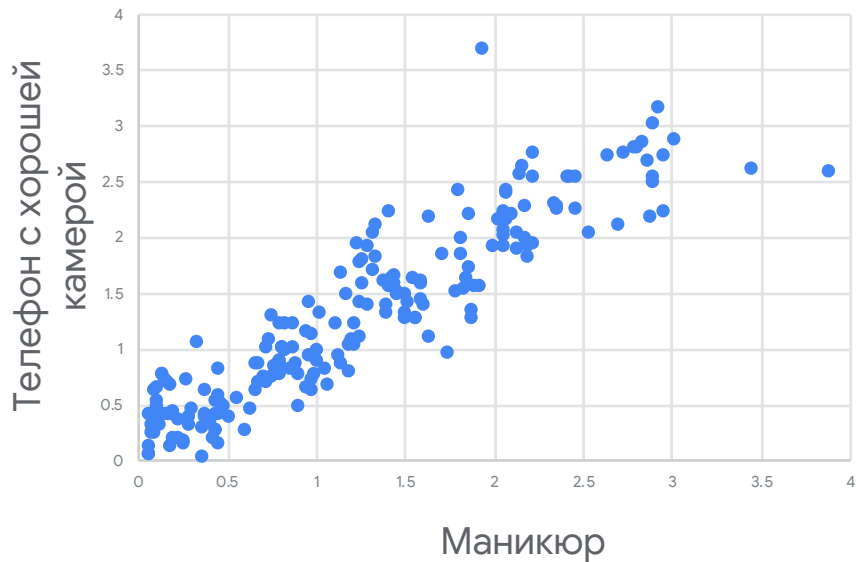
Корреляции поисковых запросов







Еще пример...

Proprietary + Confidential

Корреляции поисковых запросов



В многообразии продуктов легко потеряться

Queries	Volume Jun '18	YoY
что такое праймер	 4K	+23%
праймер для лица	 3K	+60%
для чего нужен праймер	 2K	+27%
как пользоваться хайлайтером	 2K	+11%

гидрофильное масло это

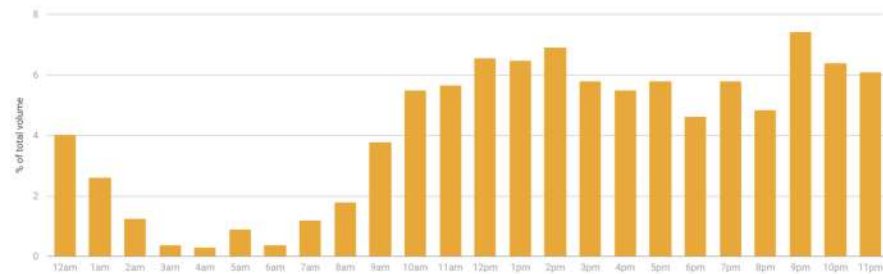
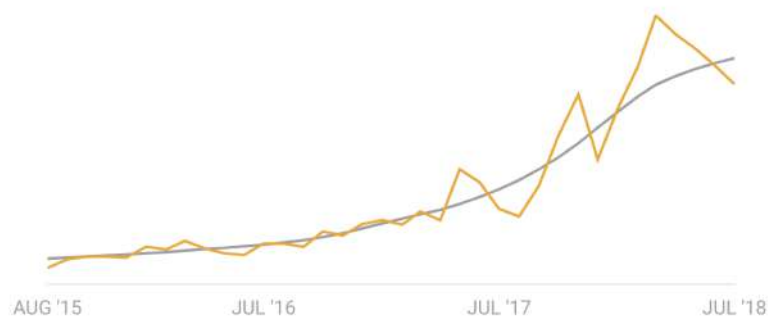
+433% YoY growth



Пользователю важно знать, что содержится в продукте

«Проверить состав косметики»

+165% YoY growth



И для чего ингредиенты нужны

Объем категорий в Google Поиске, 2017

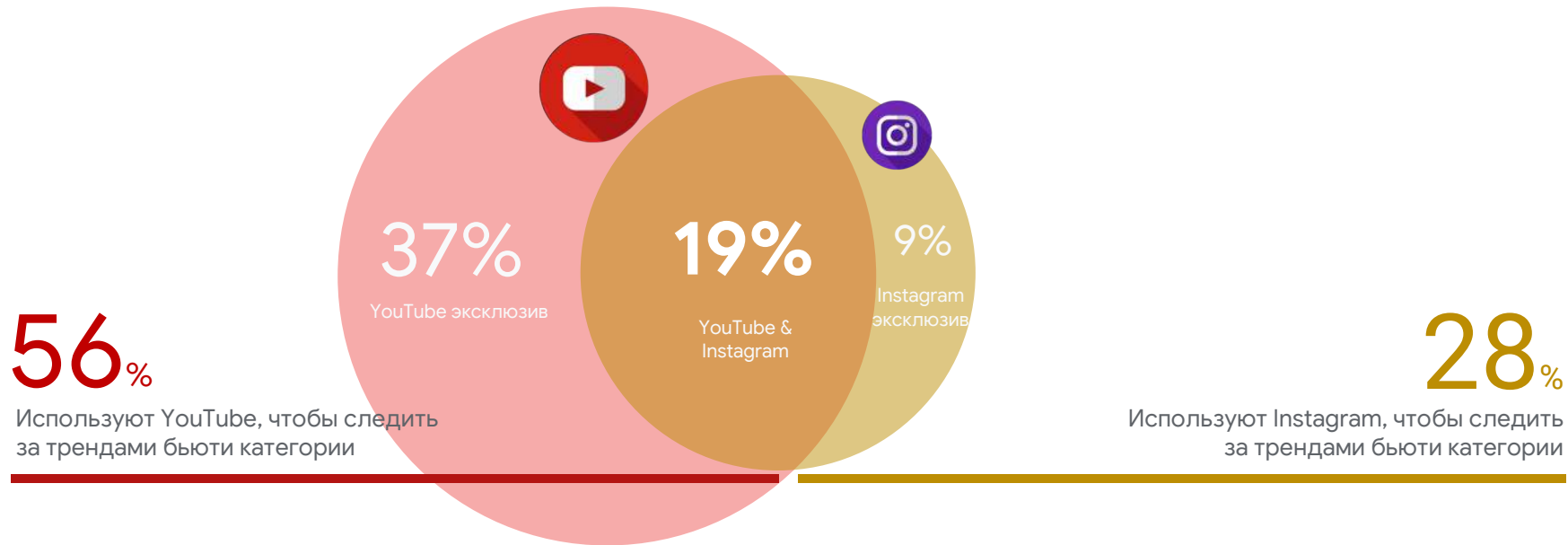


Интерес к характеристикам / ингредиентам продуктов для ухода за собой, Google Поиск, 2018



Уход за собой – одна из самых визуальных категорий

Пользование площадками и пересечение аудиторий

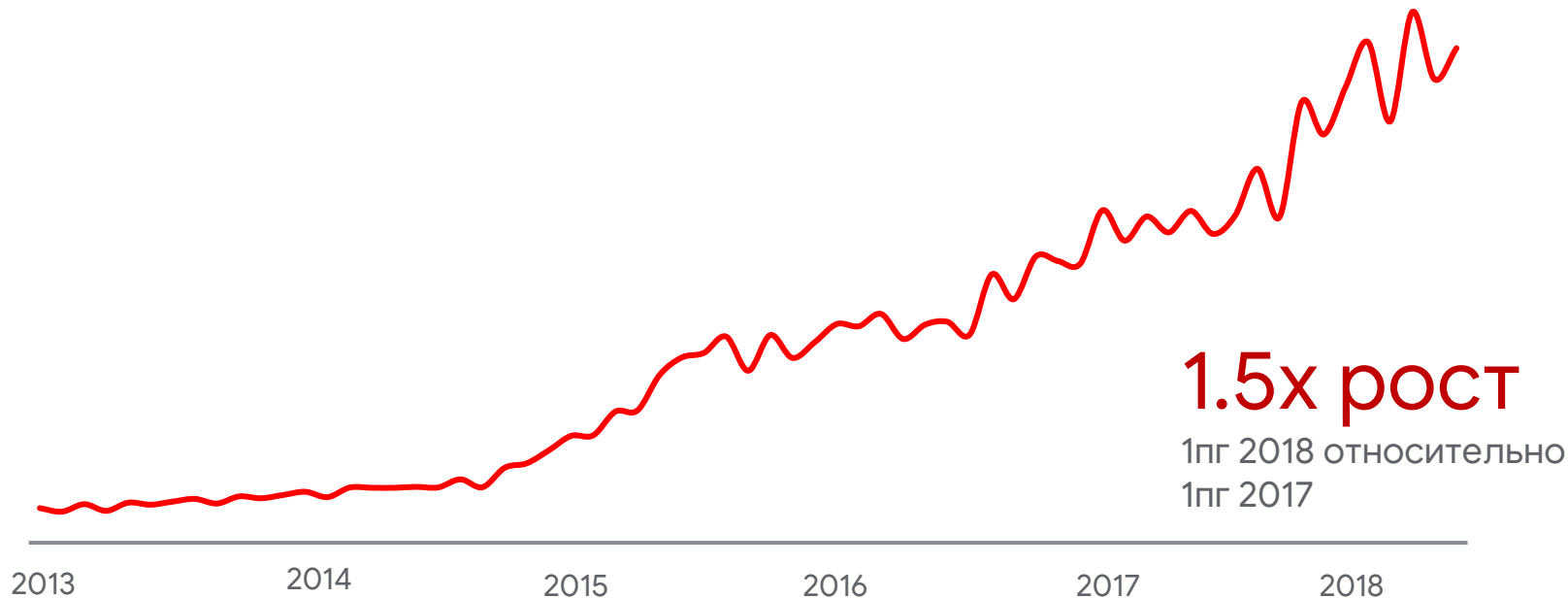


Показано пересечение пользования YouTube & Instagram.
Другие площадки не учитываются

Источник: Исследование TNS / Google, покупательницы средств по уходу за лицом, волосами или средств для макияжа, которые использовали онлайн ресурсы, Россия, август 2018

Спрос на видео контент в категории стабильно растет

Динамика просмотров бьюти контента на YouTube, Россия



Источник: Внутренние данные Google, просмотры на YouTube видео контента, относящегося к категории ухода за собой, Россия, 2013-2018

ТРЕБОВАТЕЛЬНЫЙ



Поиск становится более конкретным и персональным

Каждый месяц
в поиске Google

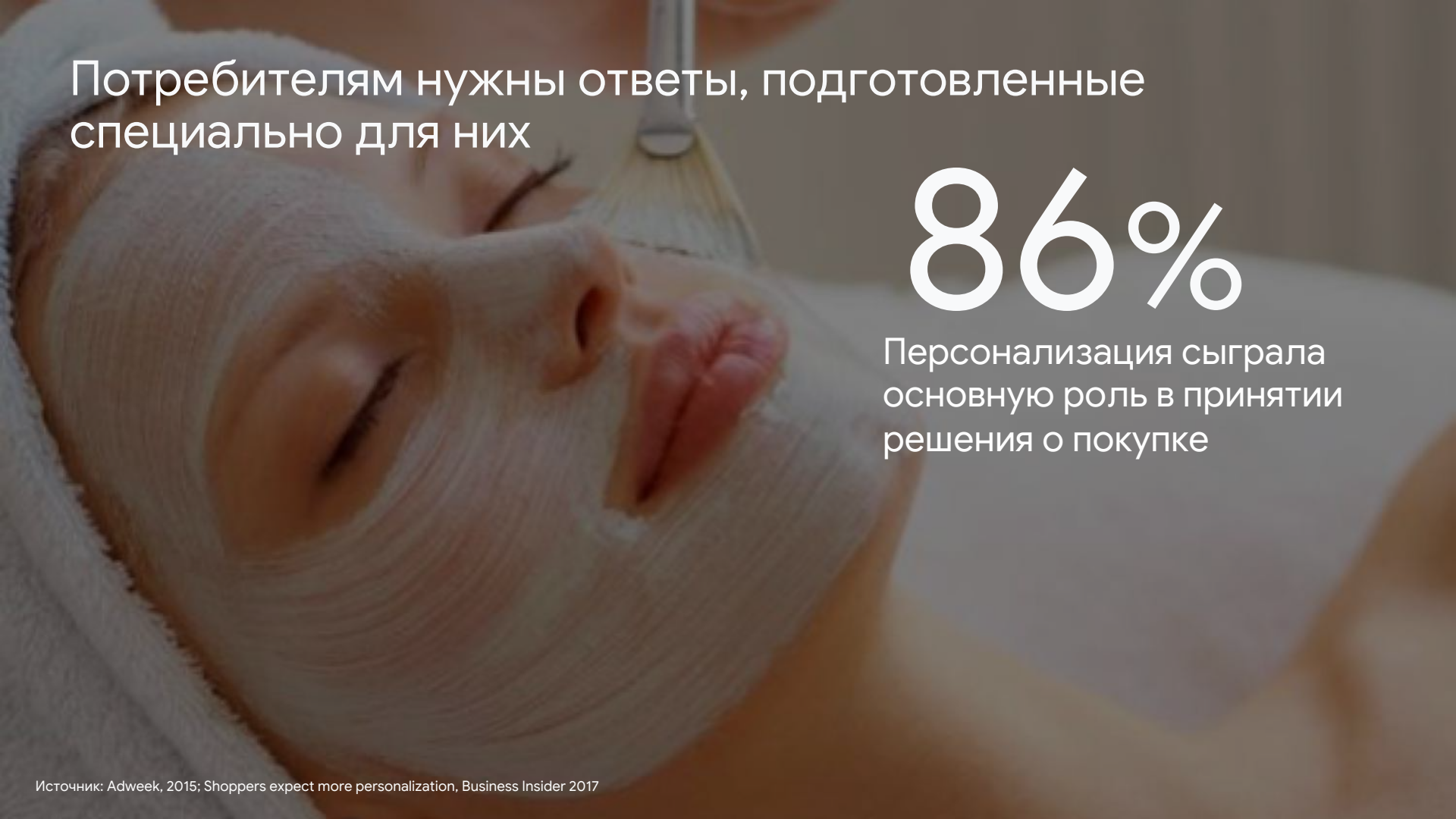
16%

Новых запросов¹⁾

Менее 100 раз в месяц
появляется

60%


Бьют запросов²⁾



Потребителям нужны ответы, подготовленные
специально для них

86%

Персонализация сыграла
основную роль в принятии
решения о покупке



Потребителям нужны ответы, подготовленные
специально для них

86%

Персонализация сыграла
основную роль в принятии
решения о покупке

ТОЛЬКО 22%

Удовлетворены текущим
уровнем персонализации

Потребителям нужны
продукты,
подготовленные именно
для них

At the heart of innovation.

Created in 2012, Romy is a young French
skincare brand.

All three are passionate about innovation: the
combination of cosmetics and breakthrough innovations
such as Big Data and connected objects seemed
inevitable to us propel cosmetics into an age of hyper-
awareness and ultra-targeted efficacy.

We believe these new technologies represent the Future
of Cosmetics.

Romy.

OUR BRAND

OUR CARES

OUR APPROACH

SHOP



Our cares.

Personalised. Freshly manufactured. No preservatives added*.

ROMY cares give your skin the right dose of the active ingredients it
needs at the right time. No matter what your need is, Romy fulfils it
instantaneously.



PERSONALISED

Our cares are adapted to your needs, your
environment and your daily life.



INSTANT EFFICACY

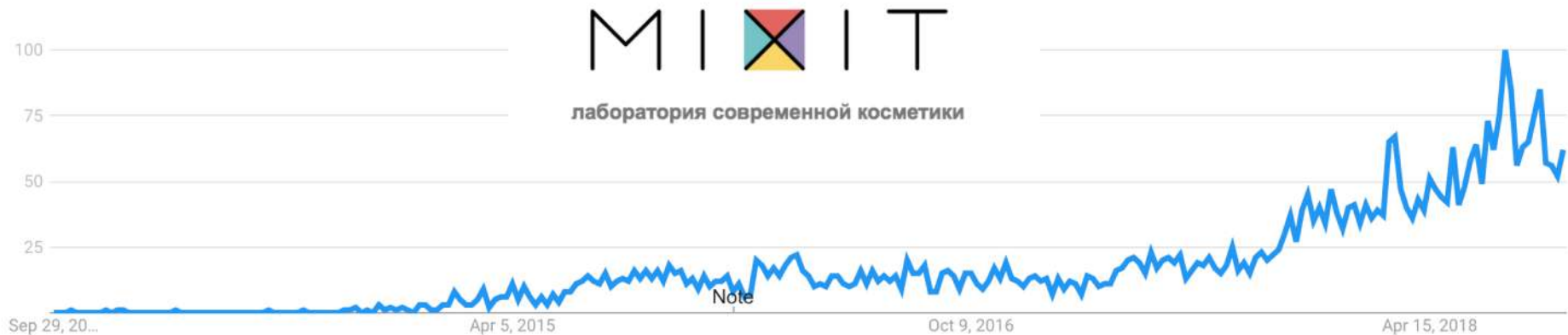
Our cares have been clinically tested and their
effectiveness is scientifically proven.



NATURAL

Our active ingredients are carefully selected and
95% are of natural origin.

Потребителям нужны продукты, подготовленные именно для них





НЕТЕРПЕЛИВЫЙ

Удобство и экономия времени особенно актуальны
в уходе за собой

Пользовались
ГОЛОСОВЫМ ПОМОЩНИКОМ

45%

В быти контексте

Источник: Исследование TNS / Google, покупательницы средств по уходу за лицом,
волосами или средств для макияжа, Россия, август 2018

Пользователь близок к покупке, как никогда раньше

Топ-3 типа онлайн - ресурсов, используемые на пути к покупке



57%
поиск



57%
сайт
бьюти ритейлера

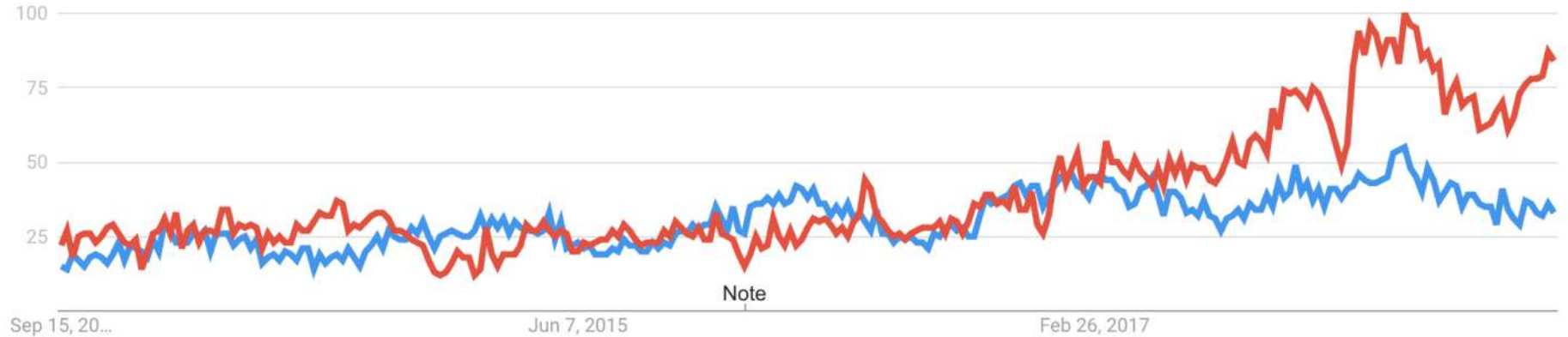


50%
сайт
бьюти бренда

Интерес к бьюти-ритейлу растет

● крем для лица
Search term

● iherb
Search term





<5 сек.

ПОКУПАТЕЛЬ...

ЛЮБОПЫТНЫЙ



ТРЕБОВАТЕЛЬНЫЙ



НЕТЕРПЕЛИВЫЙ



ЧТО НУЖНО ПОКУПАТЕЛЮ?

Вдохновение и
удовольствие



КАК ОН ХОЧЕТ ЭТО ПОЛУЧИТЬ?

Максимально
незаметно

Спасибо!

А что вы знаете про ценителей красоты?

Наталья Савостьянова