

ПОЖИЛОЕ НАСЕЛЕНИЕ КАК НОВАЯ ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ ДЛЯ РЕКЛАМЫ В РФ

Магистрант 1 г.о. :

Галкина Надежда Андреевна

Научный руководитель:

К.э.н. доцент Калмыкова Наталья Михайловна



Структура

- Старение населения с демографической точки зрения
 - В России
 - В США
- Образ пожилых, создаваемый рекламой
 - В России сегодня
 - В США
 - В 70-80-е годы XX века
 - В 2000-е годы
- Пожилое населения – целевая аудитория для коммерческой рекламы
 - Реклама для пожилых
 - Маркетинг «без возраста»

Актуальность исследования



Демография

- Доля пожилых - 21%
- Численность – 30 млн. человек
- Численность трудоспособного населения снижается
- Нет товаров и рекламы для пожилых

Общество

- Негативный образ пожилых
- Неуважительное отношение к пожилым
- Боязнь старения
- «Культ молодости»



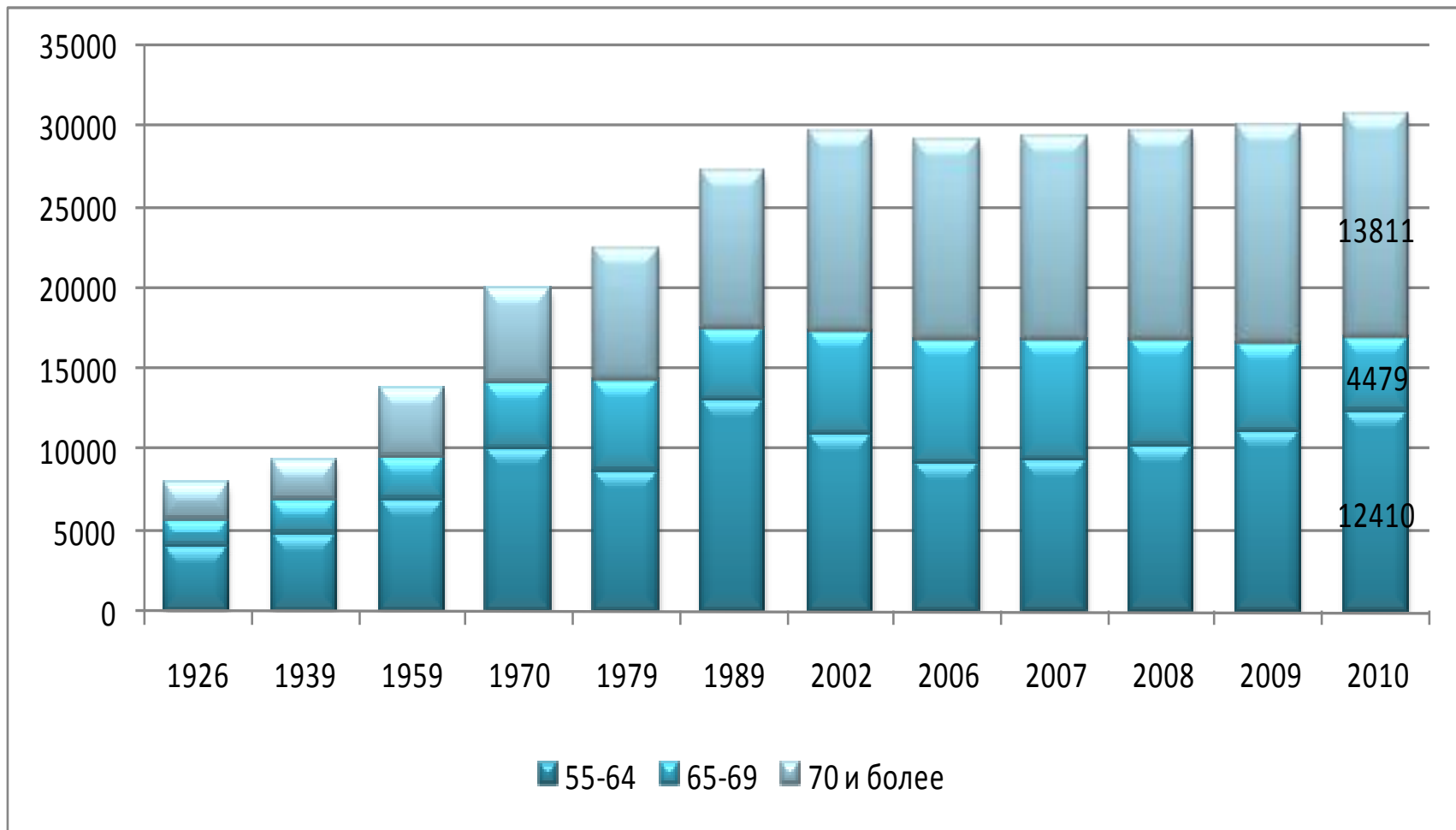
Объект, предмет и цель исследования

- **Объект:** пожилое население (критерий – пенсионный возраст)
- **Предмет:** Образ пожилого населения в условиях старения населения
- **Цель:** оценить влияние образа пожилого населения, создаваемого рекламой, на восприятие населением и бизнесом

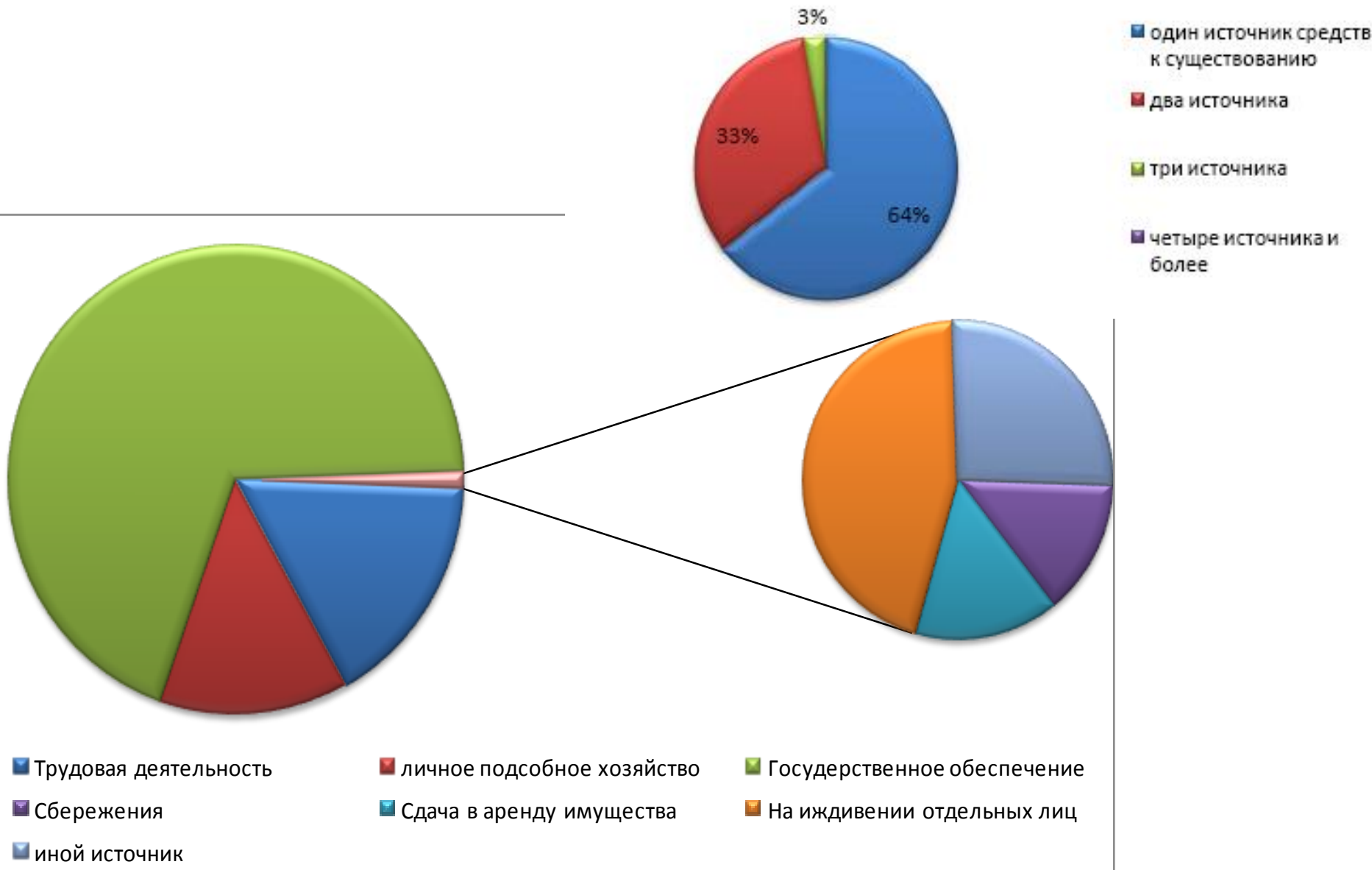
Задачи исследования

- Сравнить темпы старения в РФ и США (для определения возможности использования их опыта)
- Понять, являются ли пенсионеры целевой аудиторией бизнеса в РФ
- Сравнить образ пожилых, создаваемый рекламой в РФ и в развитых странах, оценить возможность его коррекции
- Сравнить эффективность рекламы для пенсионеров в РФ и в развитых странах

Динамика возрастной структуры пожилого населения

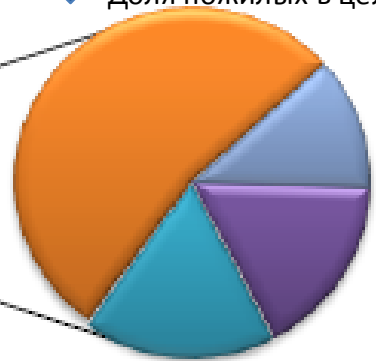
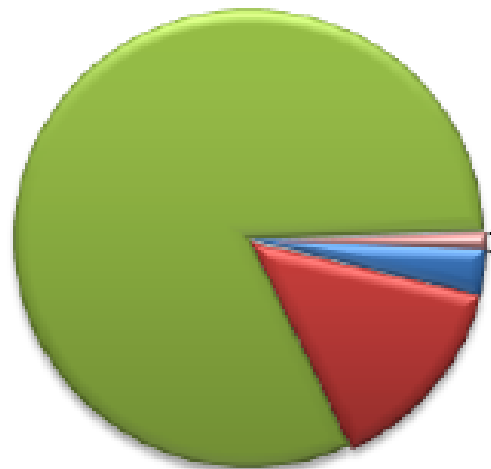
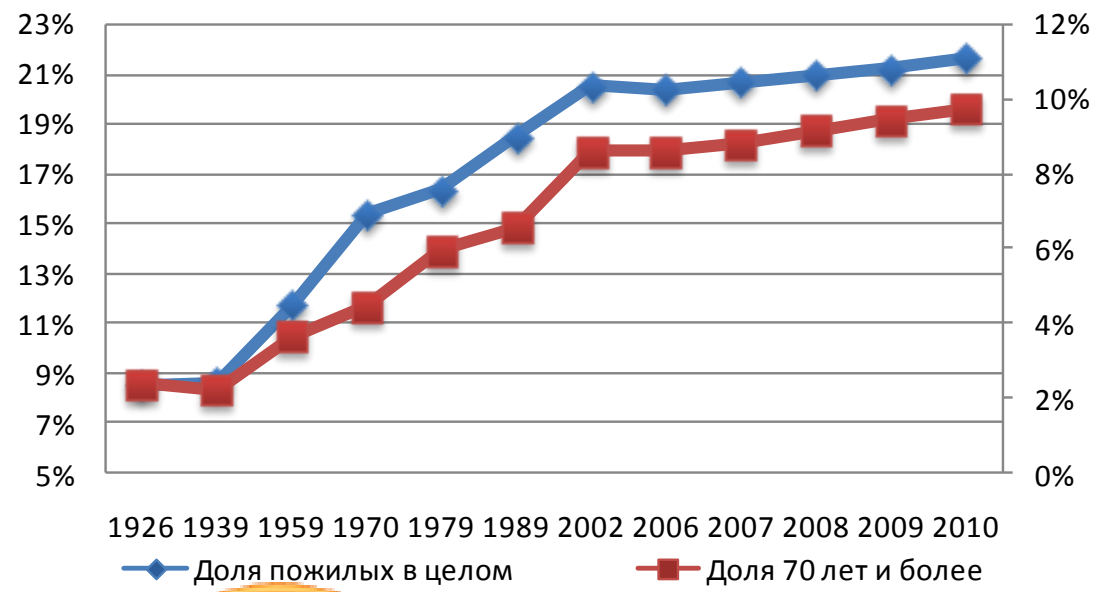


«Молодые пенсионеры»



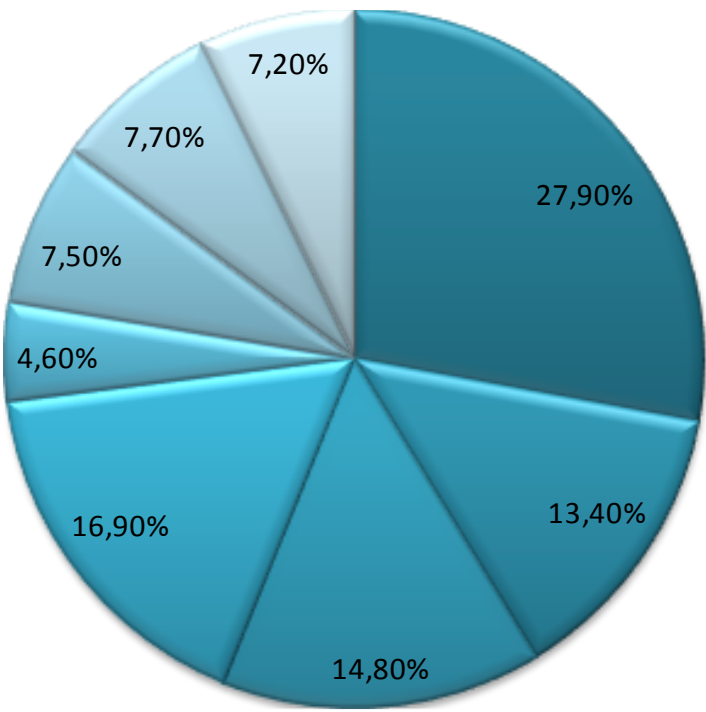
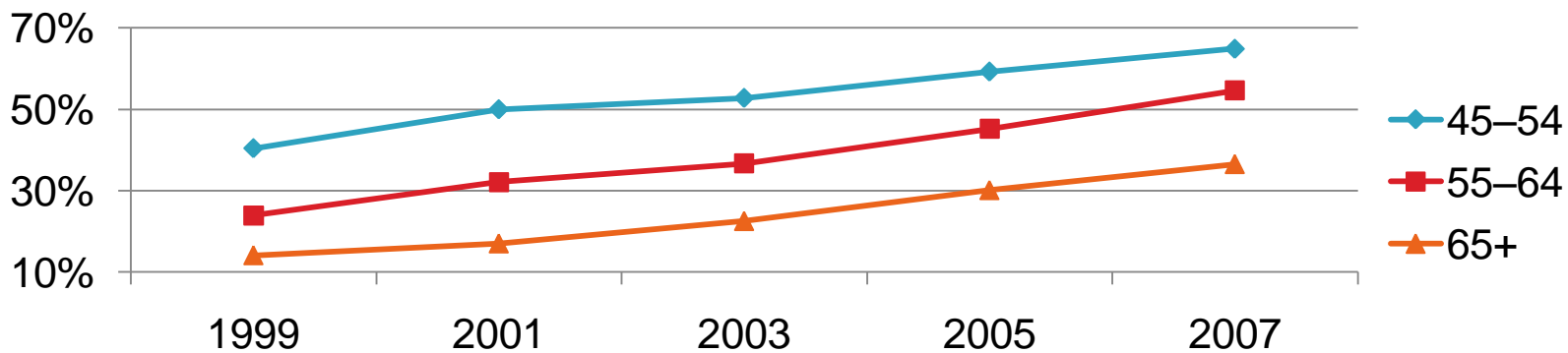
Самое старое население

Доля пожилого населения в РФ с 1926 по 2010 годы

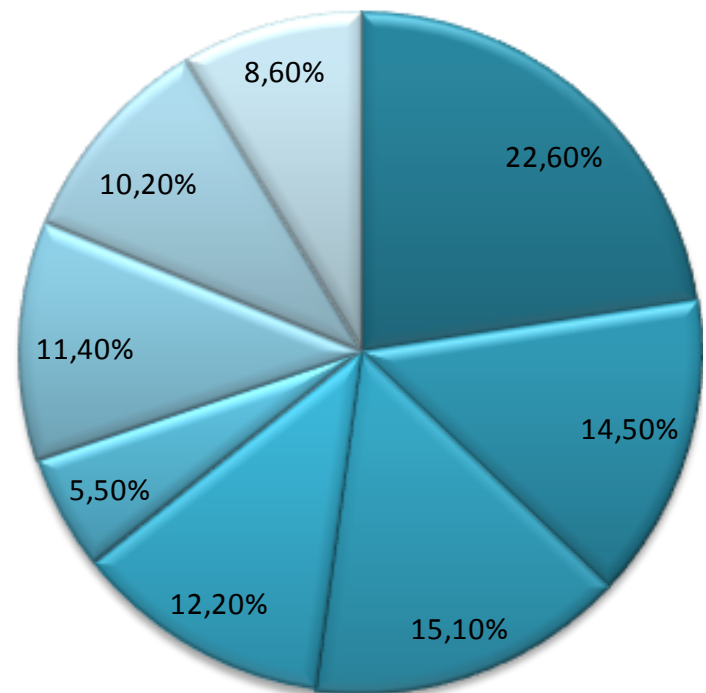


- Трудовая деятельность
- личное подсобное хозяйство
- Государственное обеспечение
- Сбережения
- Сдача в аренду имущества
- На иждивении отдельных лиц
- иной источник

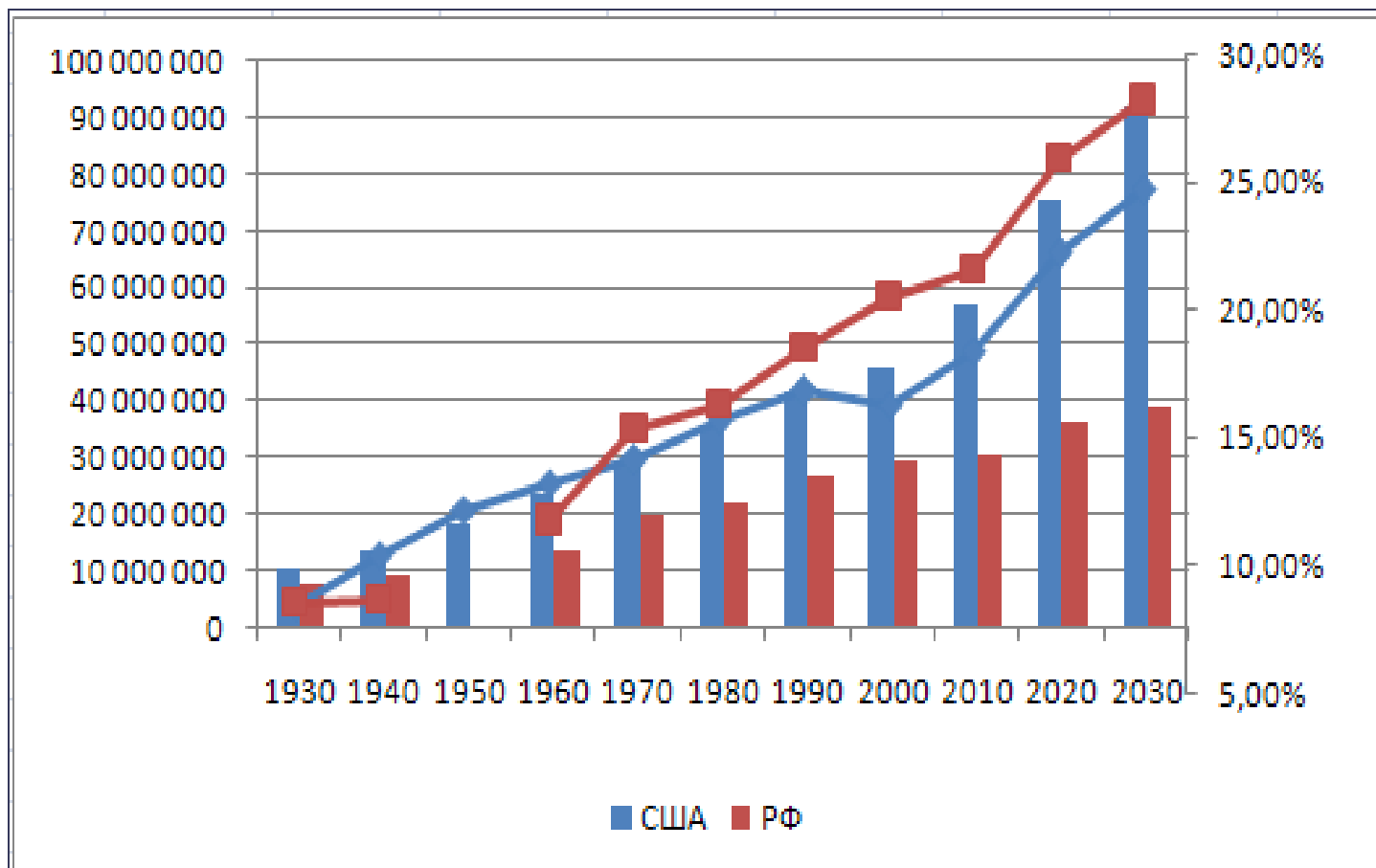
Пожилое население как особая группа потребителей



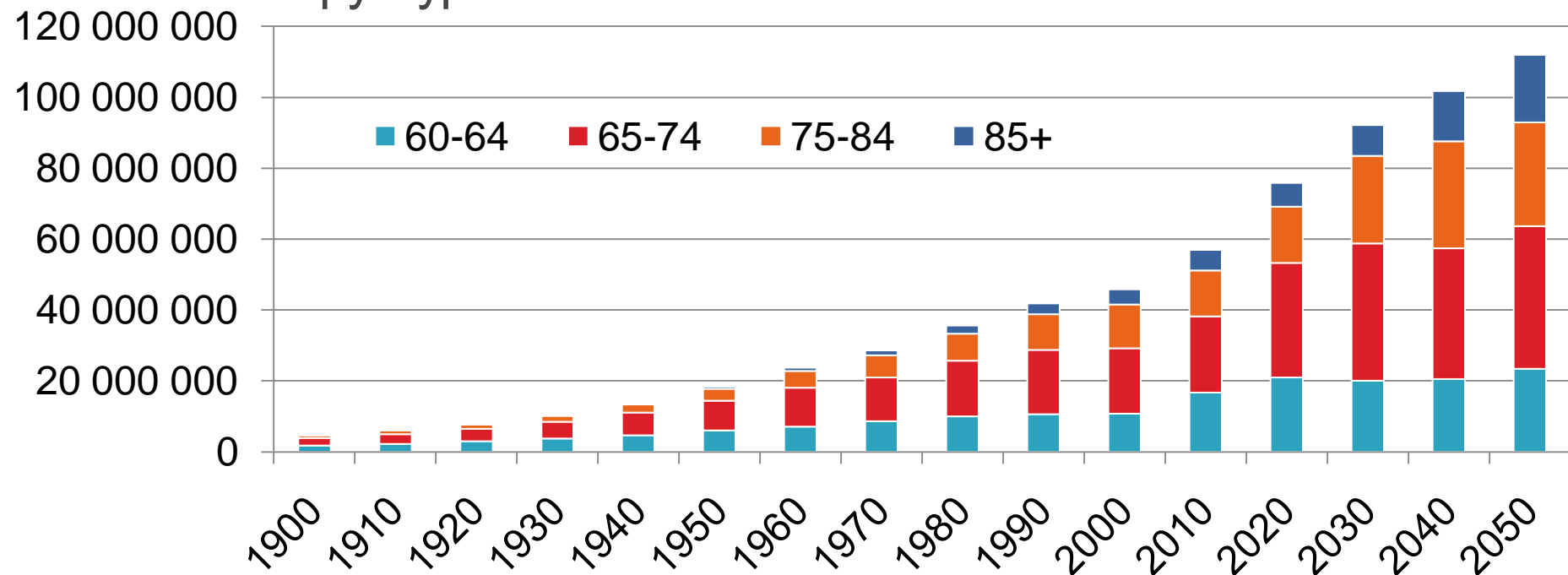
- Выживающие
- Традиционалисты
- Стремящиеся
- Обыватели
- Беззаботные
- Новаторы
- Благополучные
- Достижшие успеха



Динамика старения населения

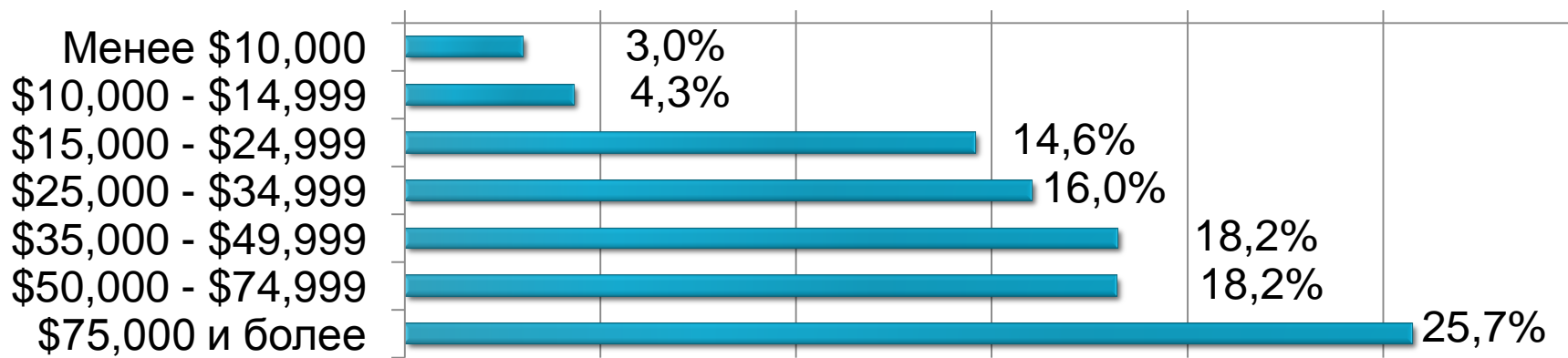


Структура пожилого населения США



Доход домохозяйств с домовладельцами 65+

0% 5% 10% 15% 20% 25% 30%



Пожилой герой телерекламы США

1980-e

'Remember their Anniversary'

ON ANNIVERSARIES
Say it with
Flowers-By-Wire

Let your Flowers-By-Wire be a part of their happy celebration. F.T.D. will carry your sentiments, to those you love ... when you can't be there. Fast, worldwide delivery is guaranteed by your F.T.D. Florist ... the shop that displays the famous Mercury Emblem.

Phone or Visit
Your F.T.D. Florist

Amazon.com

2000-e

Hospice isn't just about
dying peacefully.

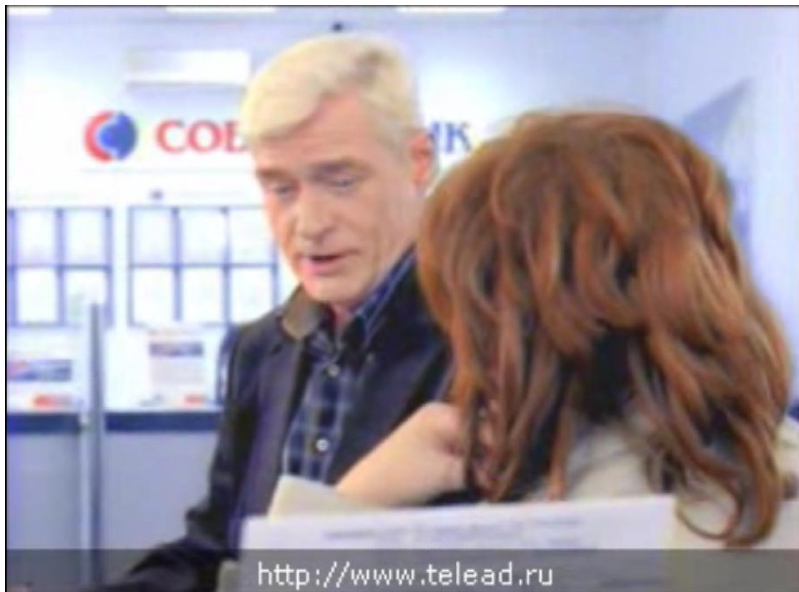
It's about living
until you die.

Levine & Dickson
HOSPICE HOUSE
DonateHospice.org

Образ пожилых, создаваемый рекламой

Россия

Характерные черты:



Высмеивание характеров

Демонстрация звезд, далеких от населения

США

Преодолели проблемы:



Чаще появляются в рекламе

Женщина в рекламе внушает уважение

Нет боязни старости

9 мифов о пожилых

Вы стареете, значит Вы...

- становитесь больными
- теряете интерес к интимным отношениям
- Вы стареете, значит, вам не хочется пробовать ничего нового
- теряете контроль над функционированием различных частей тела
- уже не можете работать
- не можете осваивать новые технологии
- больше не участвуете в общественной жизни
- не можете самостоятельно передвигаться
- Нуждаетесь в помощи в принятии решений.

Специализированные товары для ПОЖИЛЫХ

- Лекарства
- Огородный инв
- Выборы
- Финансовые инструменты
- Косметика и парфюмерия
- СМИ



Реклама, которой нет в РФ



STOP Can't Go Forward because of:
LOSS OF JOBS, PLUMMETING STOCKS, HIGH MEDICALS, HOME REPAIRS, GAS PRICES...

Let us help you turn things around with a

REVERSE MORTGAGE

For more information
Call us at
864.238.0418

PROSPERITY MORTGAGE SERVICES, LLC

HOME EQUITY LOANS | VA LOANS | MORTGAGE REFINANCE | CONSTRUCTION LOANS | FIRST TIME BUYERS PURCHASES
114 Renaissance Circle Mauldin, SC 29662



Как рекламировать пожилым?

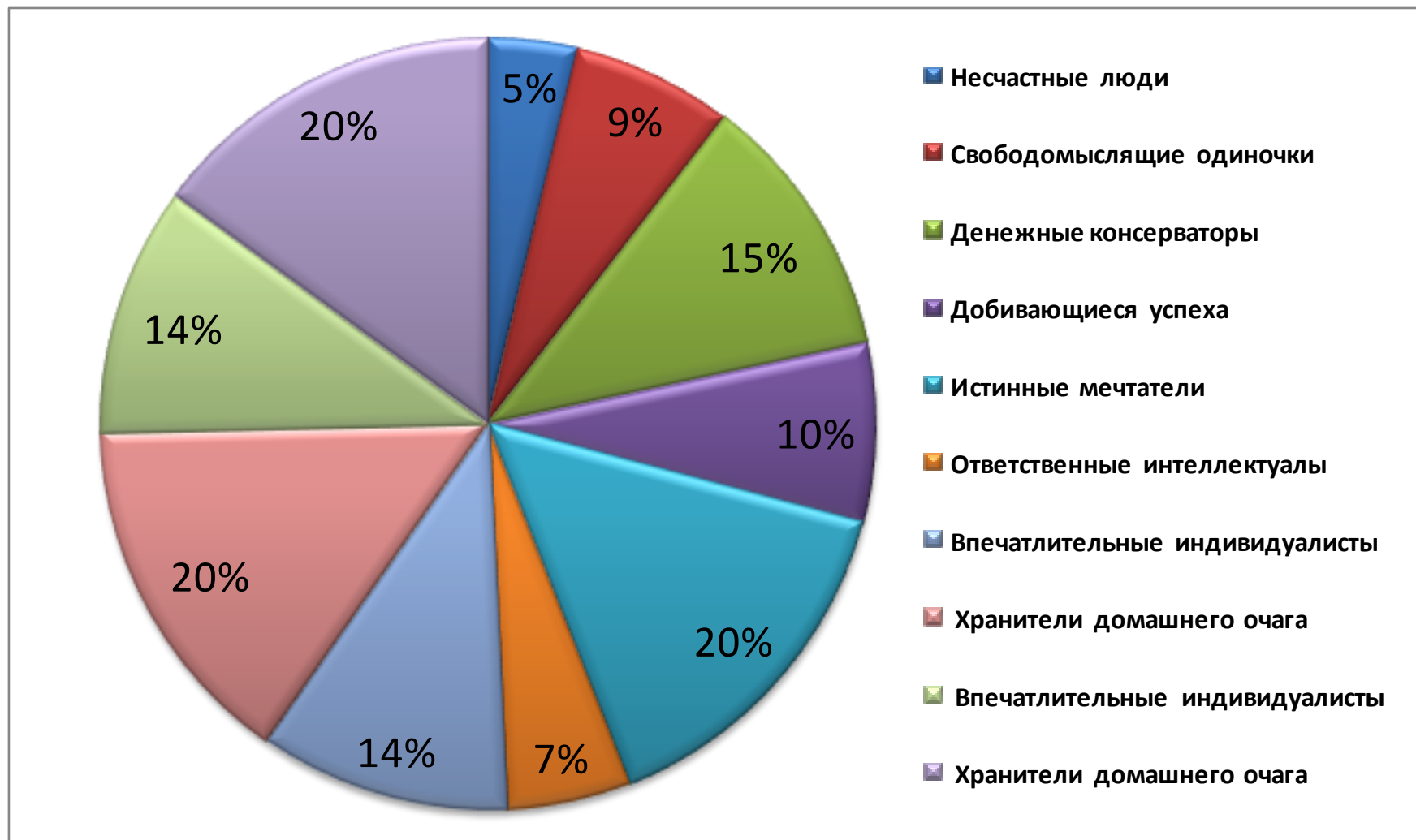
Демографическая сегментация

- 60+
- Специализированные товары
- Товары для всех

Маркетинг без возраста

- Сегментирование по психотипу
- Репозиционирование товаров
- Сегментирование 60+

Маркетинг без возраста



You've achieved a lot
in your life. Why stop now?



An Outward Bound Masters Course will help you evaluate where you're going next in life. 30m up a cliff face in the Marlborough Sounds, you tend to get a fresh perspective on where you are and what's important to you.

Our challenging courses and activities will unlock your sense of adventure and help you gain confidence.

Outward Bound is surrounded by sea, rivers, native bush and mountains: the perfect backdrop for self-discovery.

Take the next step and challenge yourself at Outward Bound.

Outward
Bound®

0800 688 927
www.outwardbound.co.nz

There are no age limits on voyages of self-discovery



Barry Bint
self employed, aged 53

**Outward
Bound**

An Outward Bound adult course will challenge your inner strength and get your focus back on track. Mind and body tend to leap into overdrive when you're at the helm of a 3 tonne cutter full of people you've never met, as you run before the Marlborough Sounds' wind. Adventure and learning through experience are just some of the things you'll get out of our sought-after adult courses.

Outward Bound is surrounded by sea, rivers, native bush and mountains - the perfect backdrop to put some wind back into your sails.

Challenge yourself at
Outward Bound.

0800 688 927

www.outwardbound.co.nz



DER HEALTH-ANGEL

→ Der Health-Angel ist noch nicht alt – aber alt genug, um die Notwendigkeit für eine gesunde, bewusste Lebensführung zu erkennen. Darum achtet er heute weit mehr auf seine Ernährung als früher, das gilt auch für die Familie: Immer häufiger stehen auf seinem Einkaufszettel fett- und kalorienreduzierte Produkte. Für seine Fitness setzt er ebenfalls viel in Bewegung: Oft sieht man ihn mit Nordic-Walking-Sticks auf Wiesen und Wegen, auch im Urlaub. Das Fahrrad nutzt er als gesundes und gleichzeitig preiswertes Fortbewegungsmittel. Und weil der Health-Angel die Geselligkeit schätzt, ist er häufig Mitglied in Sportvereinen und Gruppen.



auf einen Blick präsentiert:

DIE MACHER DER NATION.

Die Macher der Nation, das sind rund 16 Mio. Frauen über 50 Jahre – und zugleich ist es die meistwertschätzte Zielgruppe unserer Zeit.

Dieses Buch zeigt jetzt ein realistisches Bild der Generation, die den Markenartikel in Deutschland groß gemacht hat. Gedacht als präzises und zugleich unterhaltsames Porträt für Entscheider aus Marketing und Medien.

Präsentiert von einem der Top-10-Seller im deutschen Zeitschriftenmarkt mit Woche für Woche 1,5 Mio. verkauften Exemplaren und 3,5 Mio. Lesern: auf einen Blick.

WIRTSCHAFTS UNIVERSITÄT WIEN
**auf einen
Blick**

Deutschlands starkes Stück.



**La vie commence à 40 ans.
Faites en sorte qu'elle ne
s'arrête pas à 60.**

**Avoir 60 ans, ce n'est
heureusement plus ce que c'était.**

Envisagez tous les aspects pour avoir la paix. Un plan de pension doit tenir compte de votre profil financier actuel et l'accorder à vos souhaits à long terme. Votre conseiller Happy Life vous accueille avec plaisir. Vous mettez au point, ensemble, une proposition

concrète, personnelle, fondée sur des produits financiers qui associent le rendement, la sécurité et la souplesse. Vous avez une vision claire et totalement positive de ce qui vous attend. C'est sécurisant de travailler avec un professionnel.

**Happy Life de AXA. Pensez-y,
au moins une fois dans votre vie.**

Il n'y a pas deux existences pareilles : voilà le meilleur point de départ d'un bon plan de pension.

Et c'est celui qu'a choisi AXA avec Happy Life. Un concept global qui doit vous permettre de vivre votre pension exactement comme vous l'entendez.

Comment? C'est très simple: vos désirs et

vos choix forment la base d'un plan de pension totalement en ligne avec votre vie actuelle.

Cette brochure vous expose concrètement le fonctionnement de Happy Life. Mais ce que Happy Life peut réellement faire pour vous, c'est à votre conseiller de vous l'expliquer. Vous êtes libre de venir quand vous voulez. Mais le plus tôt sera le mieux... pour plus tard.



't Is vreemd. Je bent nog maar net met pensioen en voor je het weet heb je het drukker dan voor je pensioen.

Met pensioen zijn
is een fulltime job.
Zorg dat je er goed voor
betaald wordt.

HAPPY LIFE®

Je ontdekt de charme van het reizen. Je stort je op het internet. En je volgt kloek verwen, terwijl je uw eger misschien niets eens een eiken baldden. Zo nu en dan heb je hetzelfde druk met gezellig niets doen.

Kortom, in plaats van een actieve koopman heb je nu opeens een actief leven.

Maar het slechte nieuws is in plaats van een kon heb je opeens een pensioen. En dat is niet steeds een bezonderlijk voor een actief leven.

Daarom is er nu



Bij ons gaat het om u.

AXA Royale Belge - AXA Bank

HappyLife van AXA.

De eerste globale benadering van het pensioenprobleem.

Meer een pensioenplan dat er van uitgaat - en hier worden we even persoonlijk - dat u van uw pensioen wil genieten.

Het garandeert u elke maand een comfortabel aanvullend inkomen, bovenop uw wettelijk pensioen.

Tenijl u het startkapitaal dat daarvoor gebruikt wordt, toch leest behouden en rien renderen.

Als zo'n plan u iets zegt, hoeft u maar één ding te doen. Een gaat je zoeken in uw drukke agenda en even binnenlopen bij uw makelaar of bij een van onze kantagent schappen.

**Voor meer info,
een makelaar of
ons kantagentchap
in uw buurt,
bel gratis
0 800 9 51 51.**

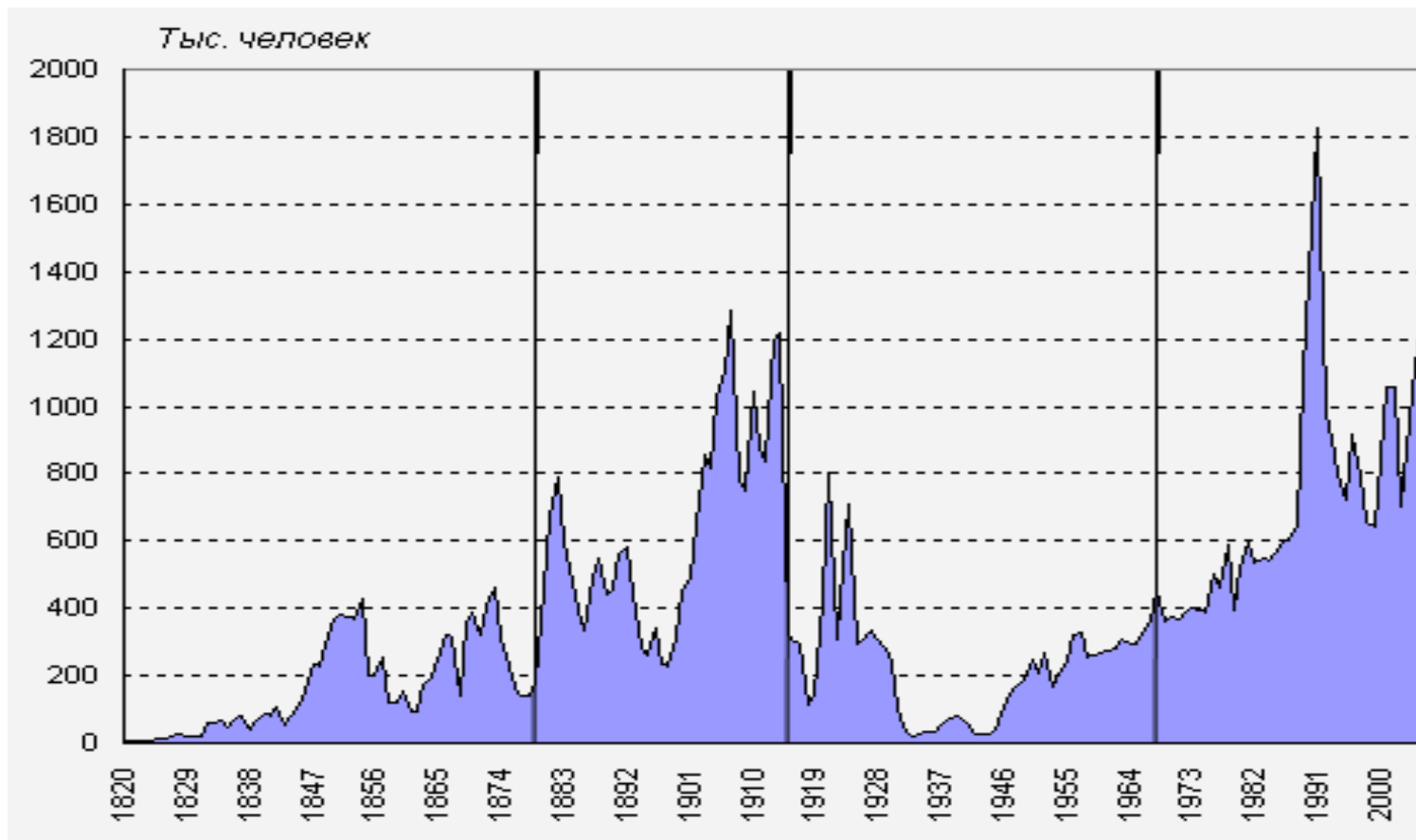
Het zijn specialisten die voor u graag alle tijd nemen om u een

HappyLife voor te stellen dat precies past bij uw leven en uw pensioen.

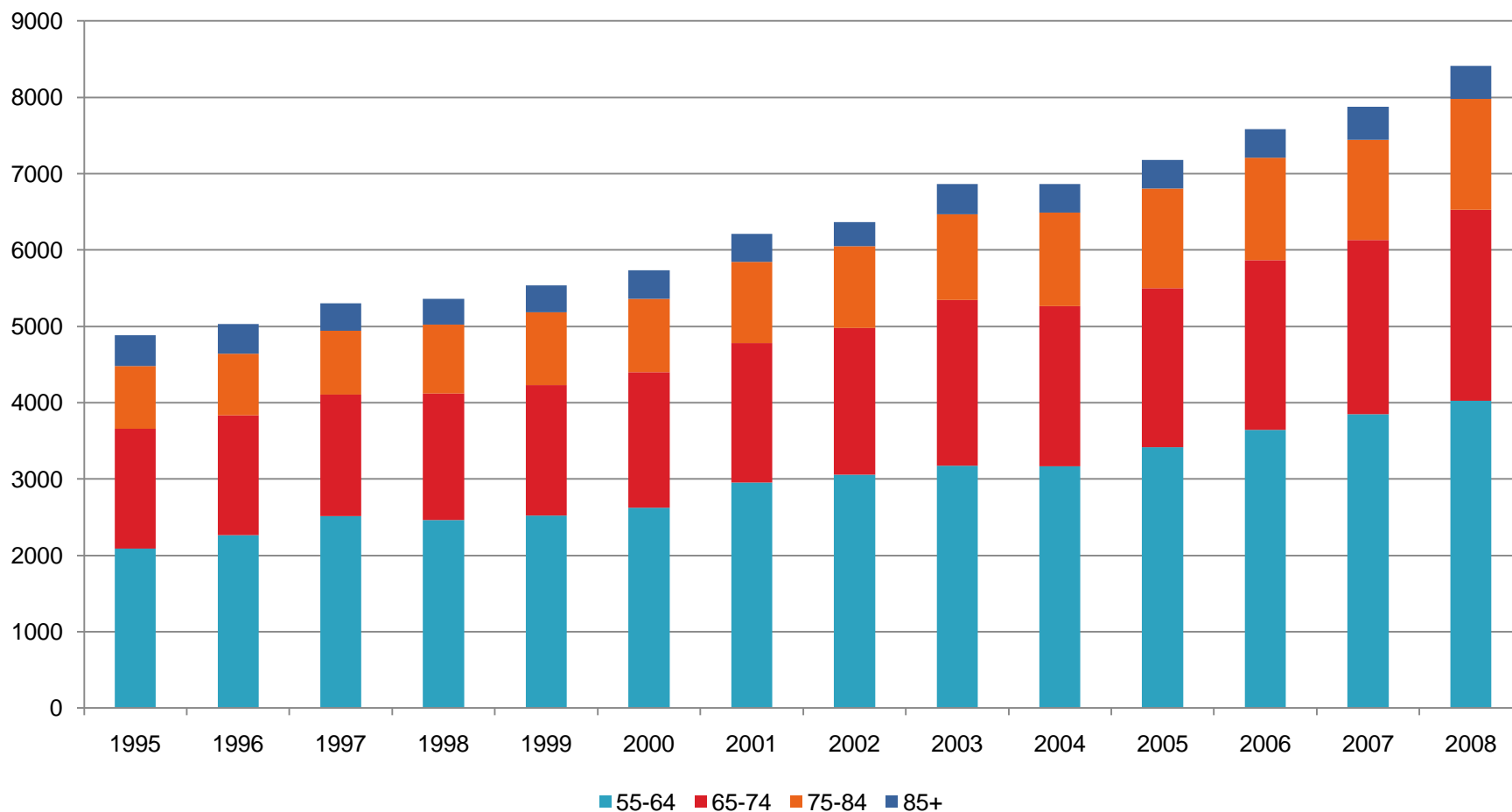
Выводы:

- Доля пожилого населения растет. К 2030 году:
 - В России - 28,3% (40 млн. человек)
 - в США – 25% (90 млн. человек)
- Стареет пожилое население: рост доли 85+
- Необходимо признать изменение материального положения пожилых
- Выработаны маркетинговые стратегии:
 - Маркетинг без возраста
 - Демографическая сегментация
- Нужно изменить образ пожилых в глазах молодежи и их самих

Роль иммиграции в старении населения США



Запасной слайд про иммиграцию



Распределение пожилых иммигрантов по возрастным группам