



ЧЕЛОВЕК, А НЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ: КАК КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ МЕНЯЕТ ВЗГЛЯД НА СФЕРУ ДОСУГА



**Виолетта
Колесниченко**

руководитель
проектов, Акварель



**Анна
Фуранова**

руководитель направления
исследований, ON Медиа





Зачем бизнесу это исследование

Глобальная цель –
стать «маркетплейсом
развлечений»

Все платформы похожи –
важно понять смыслы, а не
только поведение

Недостаточно знать
«что» выбирает
пользователь,
нужно знать «зачем»

Персонализация ценна
тогда, когда попадает
в потребность,
а не только в жанр

Уровень «ЧТО»

Данные: демография,
история просмотров

Уровень «ЗАЧЕМ»

Потребности и ценности:
«хочу выключить голову»,
«хочу провести время с пользой»



Идеальный мэтч строится
именно на втором уровне

Это требует не количественной
аналитики, а качественного
понимания человека

Проект

Как?

- 20 глубинных интервью, онлайн
- Длительностью до 1,5 часов
- С домашним заданием
- С использованием проективных методик

Кто?

- Мужчины и женщины
- 18-55 лет
- С активной и насыщенной жизнью – регулярно и разнообразно проводят досуг
- Пользуются цифровыми сервисами

Где?

- Города-миллионники: Санкт-Петербург, Волгоград
- Города 500 тыс: Астрахань, Томск, Тула,
- Города 100 тыс: Домодедово, Сергиев Посад, Коломна

01

Отдых

02

Досуг

03

Развлечение

01

Отдых

02

Досуг

03

Развлечение



**Кино «фоном»,
перед сном**

01

Отдых

02

Досуг

03

Развлечение



**Домашний
кинопросмотр**

01

Отдых

02

Досуг

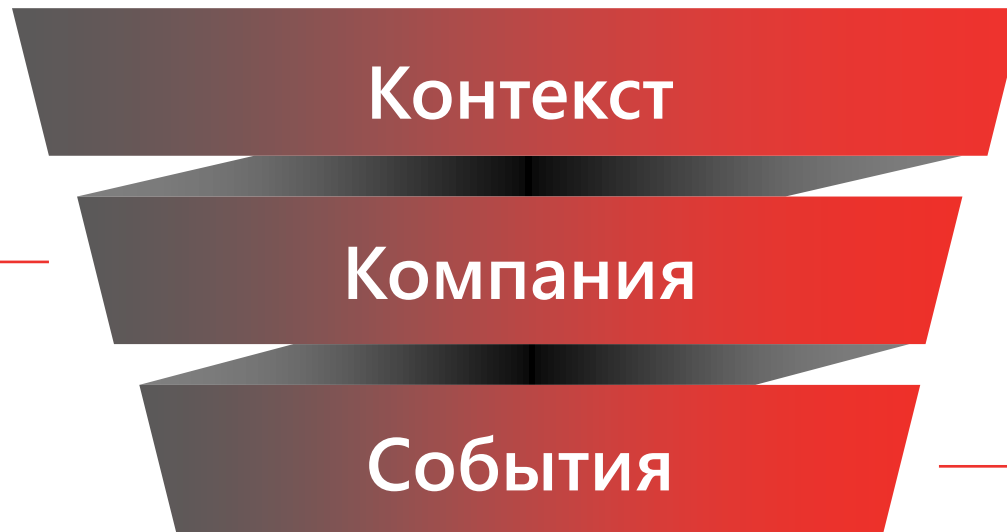
03

Развлечение



**Поход в кино
с друзьями**

Соло / компания
Близкие / знакомые



Время
Деньги
Пространство

Рутинa
События
Особые события



Сверхсобытия

Контекст

Компания

События

Самоощущение
(потребность)

Интересы

«Я» как человек

Сверхценности

Интересы растут и расширяются за счет досуга

01

Просмотр экранизации
книги

02

Посещение
тематической выставки

01

Посещение фестиваля
«за компанию»

02

Знакомство с новой
группой

03

Отслеживание ее
сольных концертов

Что изменило это исследование?

Эмоциональный
онбординг

Три режима
UX

Уведомления
по типу событий

Что изменило это исследование?

Эмоциональный
онбординг

Три режима
UX

Уведомления
по типу событий

Попадание
в воронку
интересов

ИИ-диалог

Щедрый
пробный период



Человек не выбирает контент, а решает задачу

Эту задачу нельзя вычислить
из демографии и истории
просмотров