

trend report 2024

hate

hate agency

мы в hate каждый день ищем, тестируем
и создаём новые идеи для продвижения
брендов, а сегодня мы решили поделиться
нашими находками с вами.

**Вместо тысячи слов — один отчёт с
главными трендами на 2024 год**

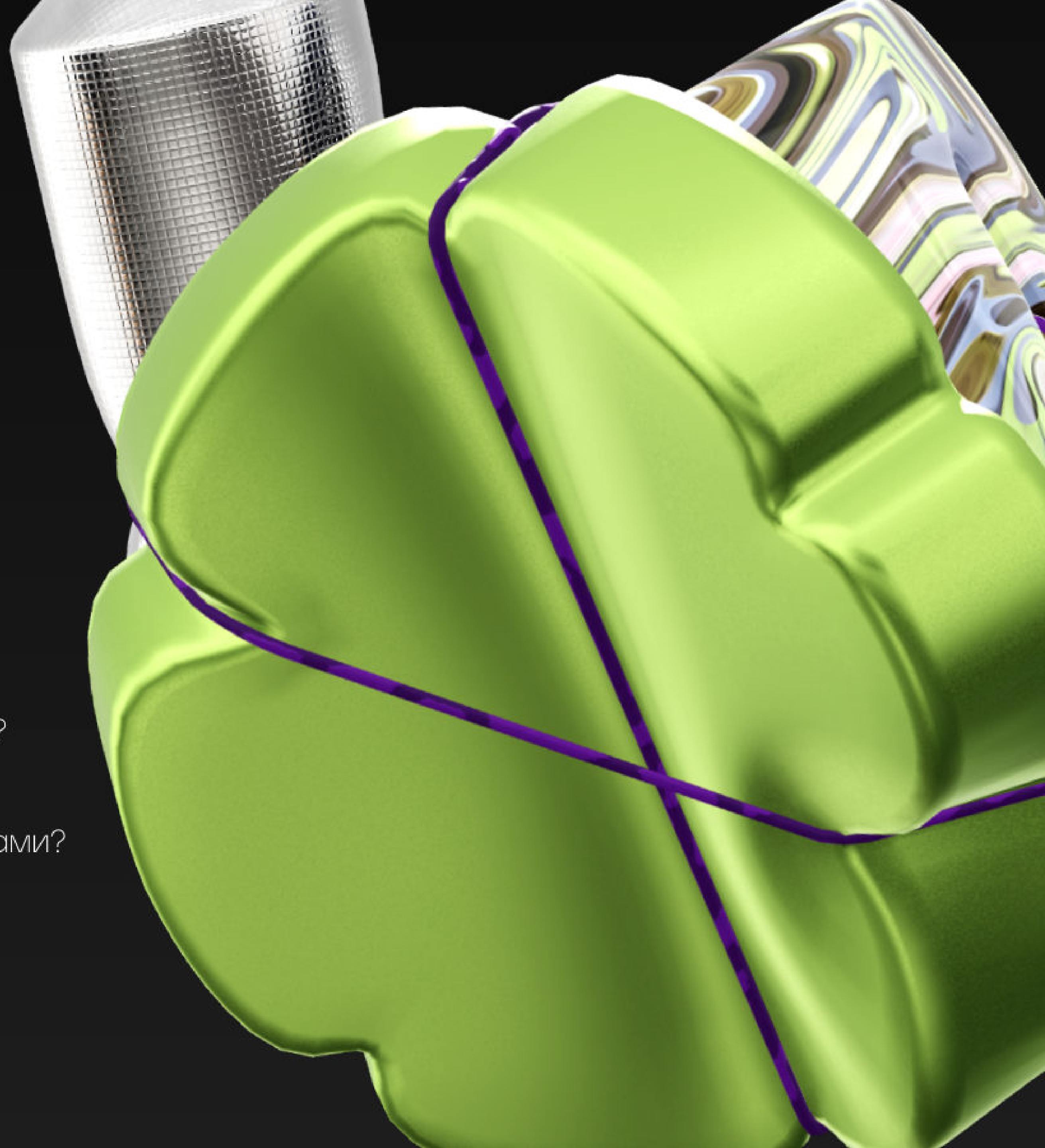


00. о чём эта презентация

В этом тренд-репорте мы расскажем о том, в чём разбираемся лучше всего и что необходимо любому бренду сегодня, — **о6**

эффективной коммуникации с аудиторией

- 01. о чём говорить с потребителем?
- 02. какие форматы выбрать в 2024?
- 03. как сделать визуально красиво?
- 04. как работать с инфлюенсерами?

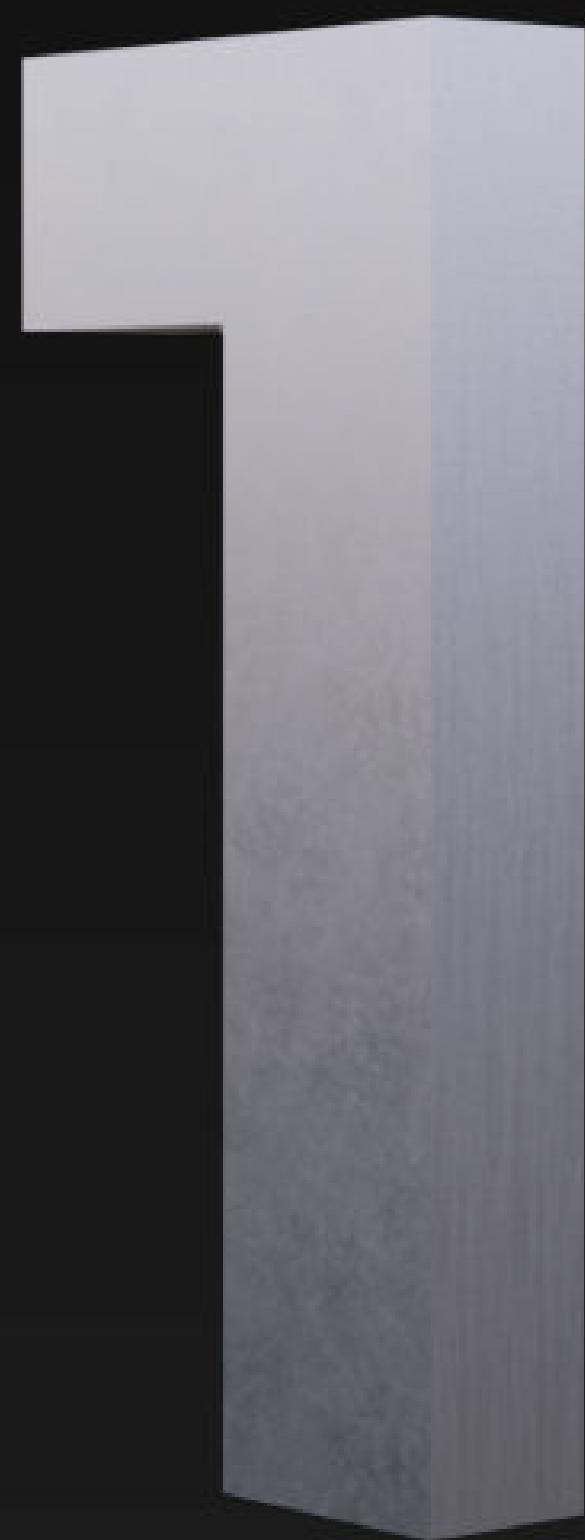




hate agency

о чём говорить с потребителем?

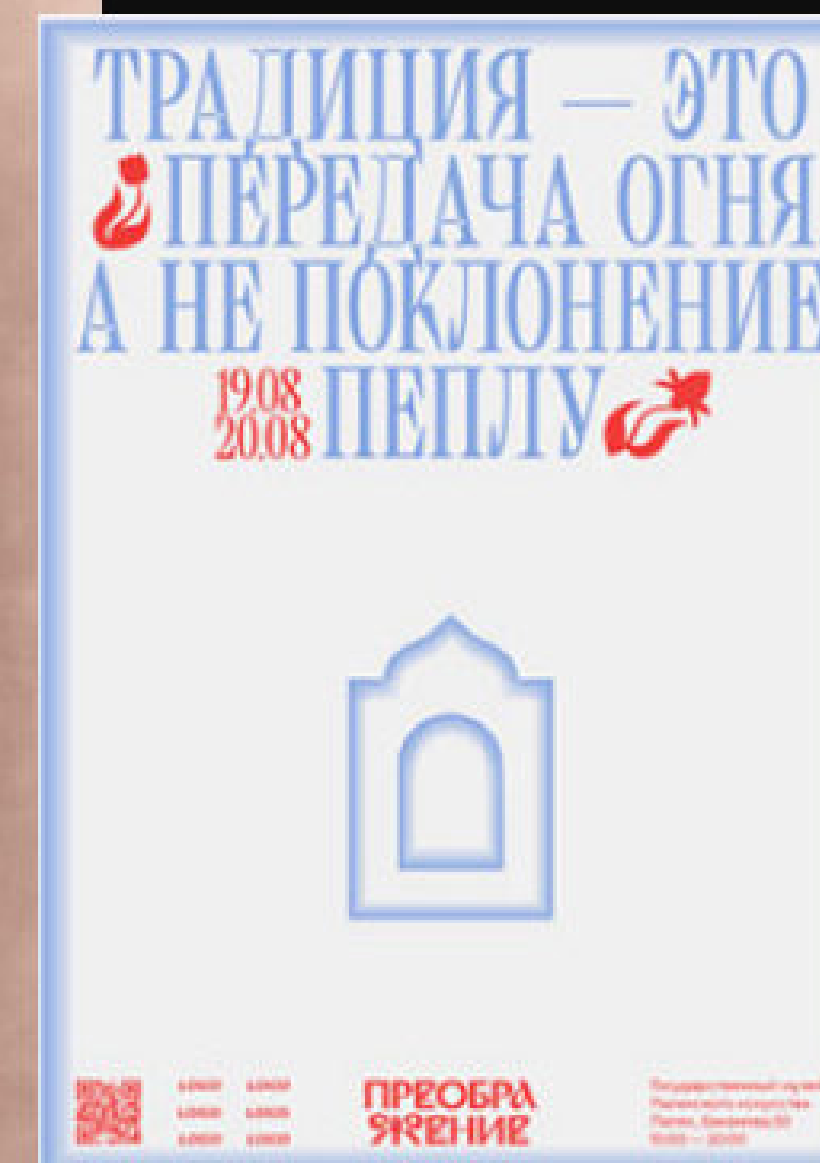
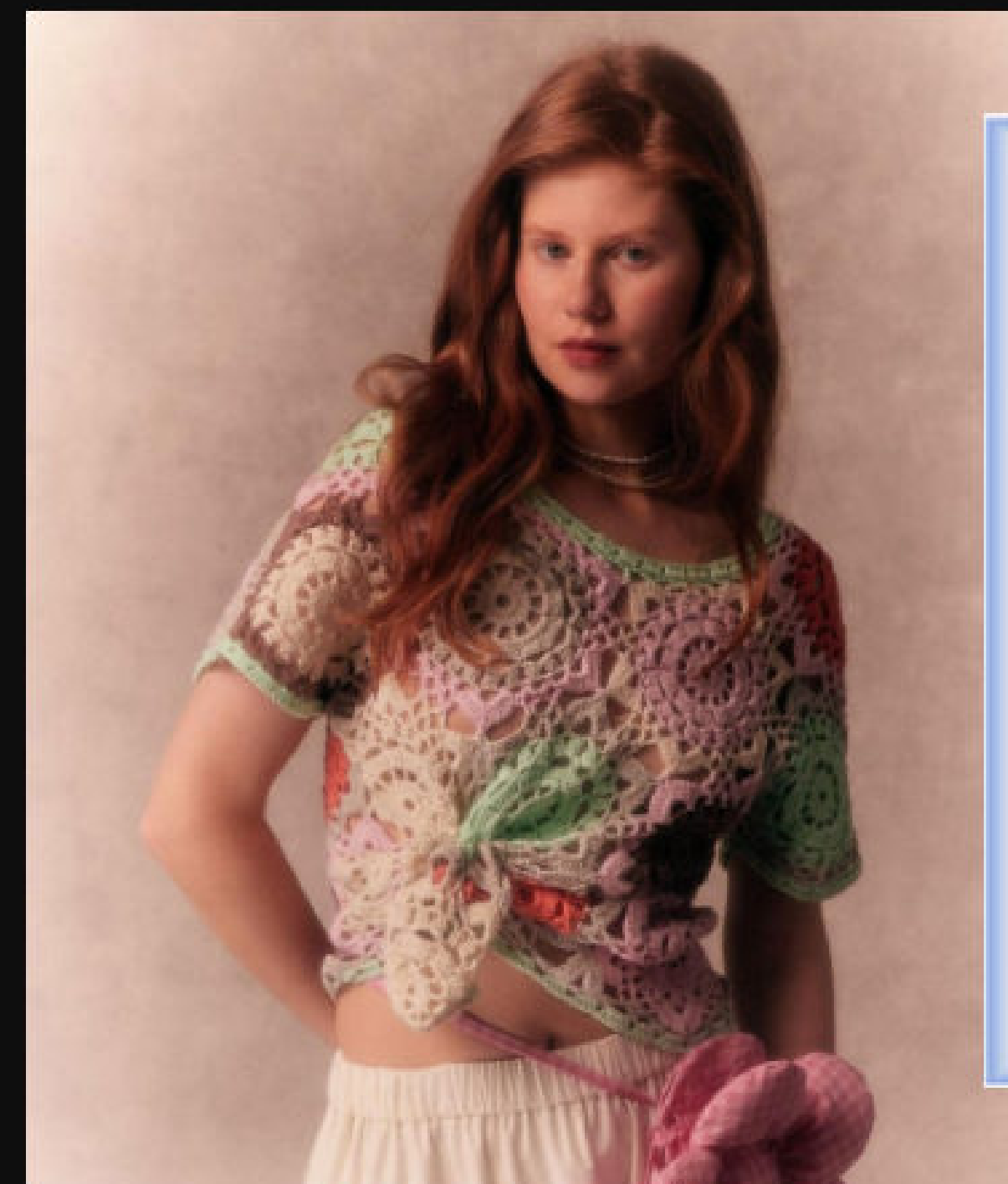
01. Контент



К ИСТОКАМ

Национальные и этнические мотивы — это ответ российского (и не только) потребителя на новые вызовы глобализации.

01. Content



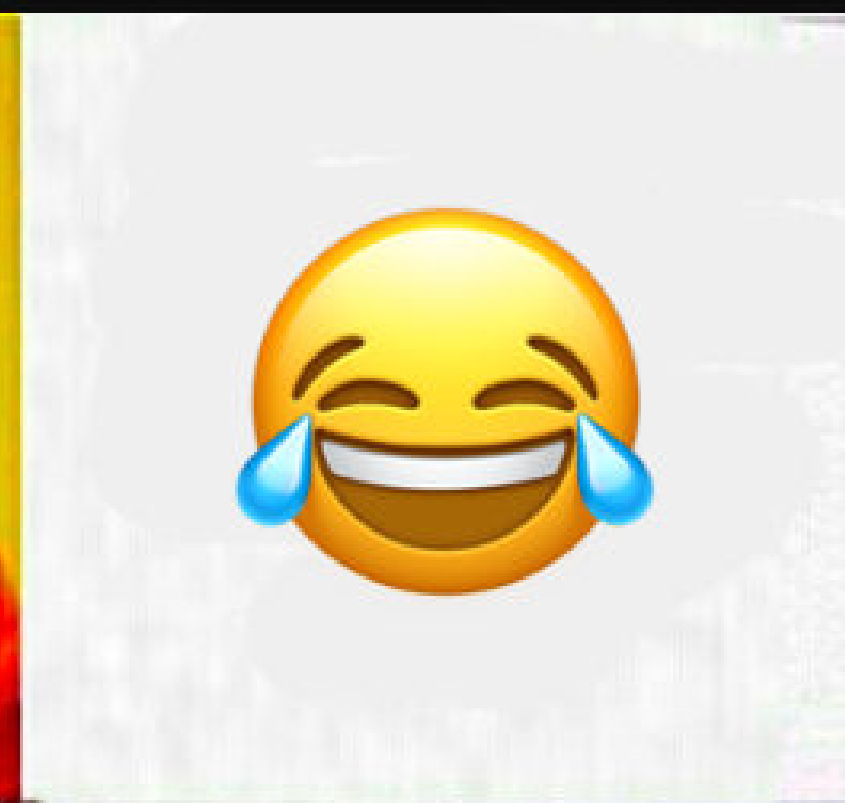
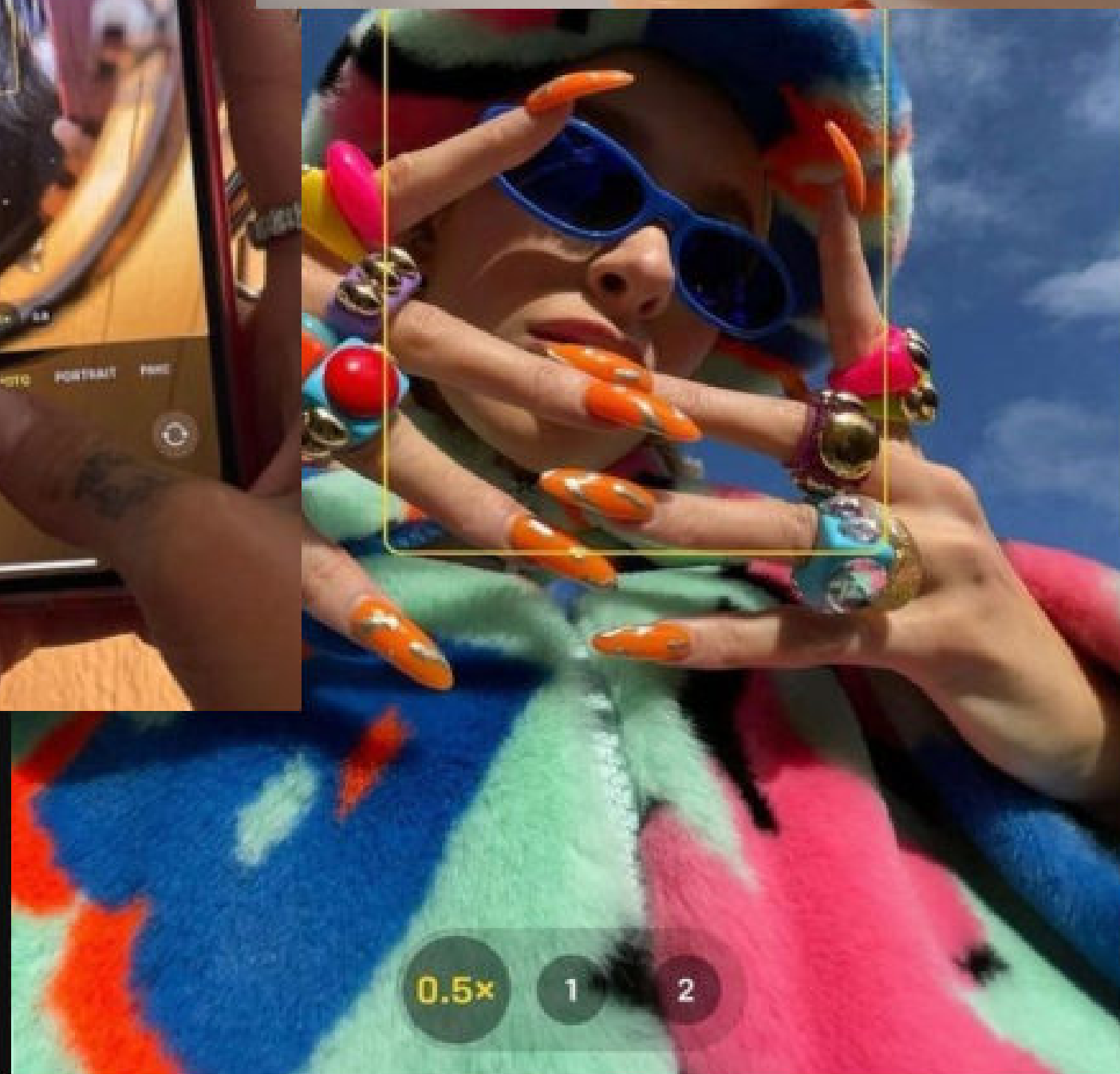
провал глобализации

Мир всё-таки не глобальный, а многополярный. Уникальность народов и их наследие становятся важной ценностью — как противостояние глобализации. Потребители и креаторы разных возрастов переосмысливают традиции, обряды и ремёсла, вдохновляя любить свои корни.



ВАЙБ ЗУМЕРОВ

У этого поколения есть свой язык и жесты, по которым идентифицируют «своих» и которые задают тренды рекламных кампаний по всему миру.



СВОЙ ИЛИ ЧУЖОЙ

У зумеров сформировалась слишком обособленная культура по сравнению с другими поколениями: они росли в окружении технологий и привыкли к визуальному языку общения, кардинально поменяв значение даже привычных эмодзи. Их ценности (гедонизм, трушность и свобода от рамок), язык и стиль задают тренды в контенте.



НОВЫЙ СЮР

Креатив постоянно разрывает рамки привычного, а популярным становится абсолютно абсурдное и не всегда имеющее глубокий смысл.



сюрреализм

Контент, который привлекает наше внимание своей яркостью, необычностью и безбашенностью, но не несёт глубокий смысл, становится всё популярнее. За референс всё чаще берётся азиатский креатив, в котором всегда есть запоминающаяся форма, но не всегда есть содержание.

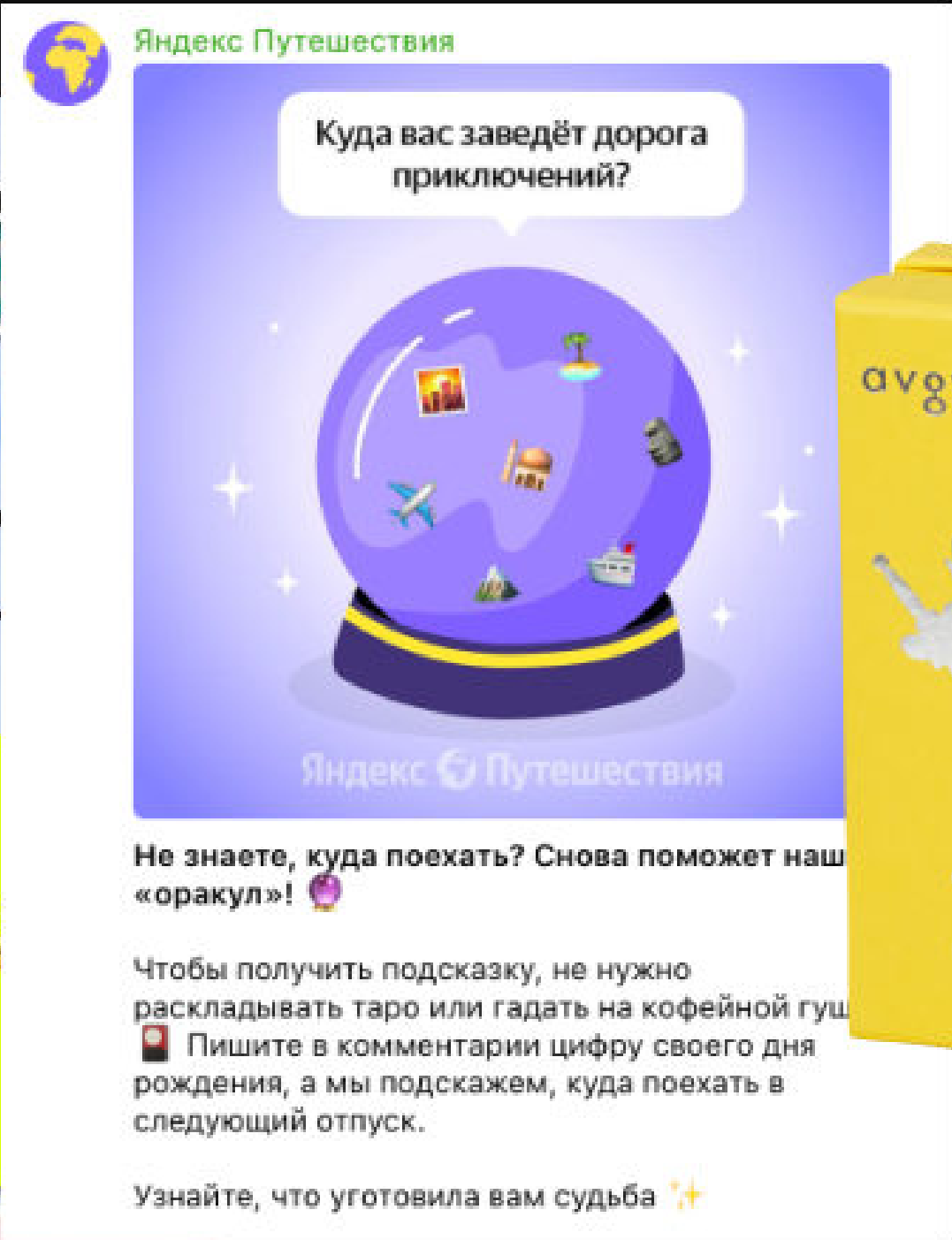
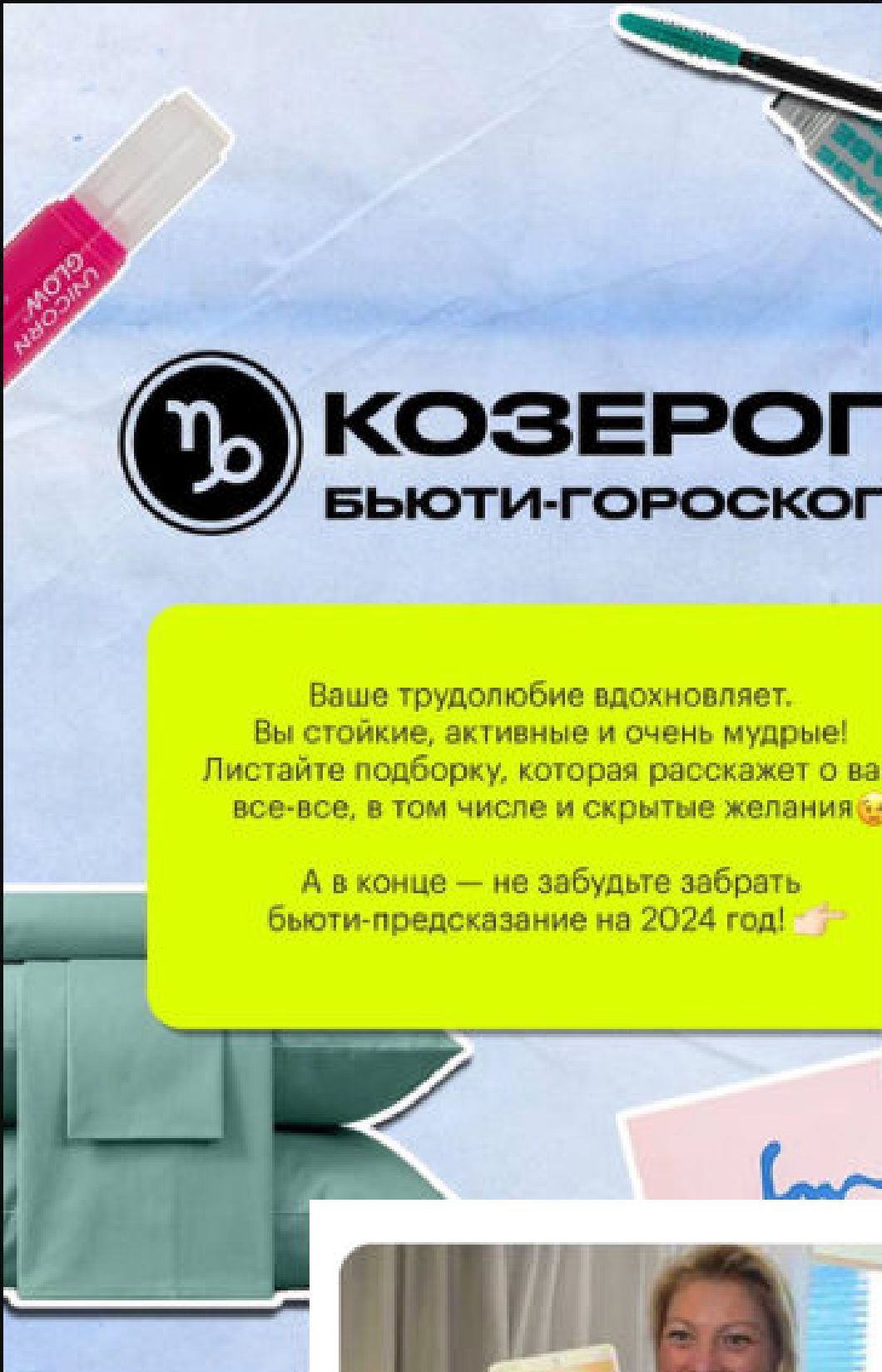
#азия #абсурдизм

#постирония #крейзи

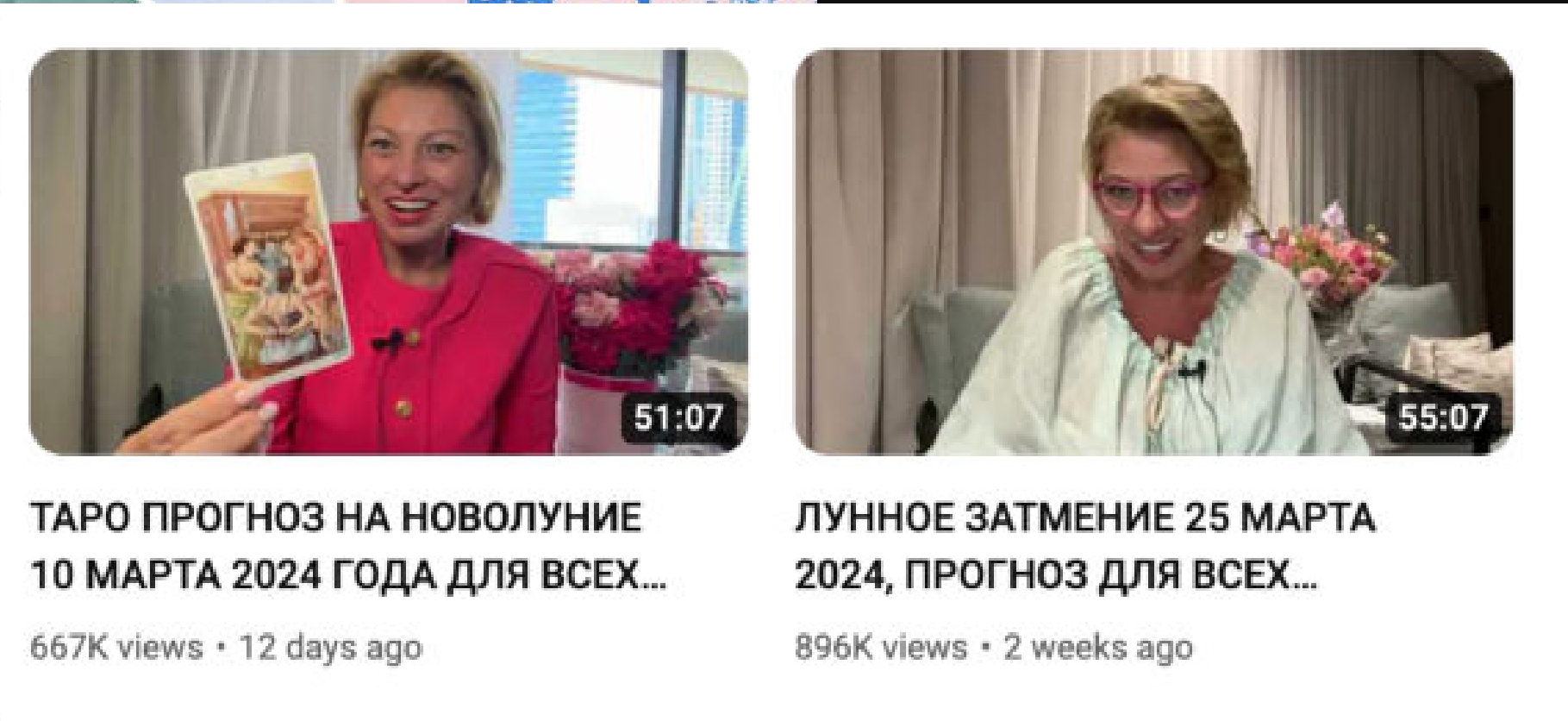


ЭЗОТЕРИКА

Хроническая нестабильность не сдаёт обороты, а вместе с этим и запрос потребителя на нетрадиционные практики познания себя: мистику, астрологию, гадания, эзотерику.



Одно из самых популярных шоу сегодня — «Натальная карта»



неопсихотерапия

Современные потребители ищут ответы на сложные жизненные и внутренние вопросы за пределами реальной жизни — очень беспорядочной и непредсказуемой. В вокабуляр не только женской аудитории прочно вошли такие слова, как натальная карта, асцендент, расклад таро, манифестация.



НОВОЕ РЕТРО

Ностальгия остаётся актуальным трендом и в 2024 году, но с новыми акцентами.



НОСТАЛЬГИЯ: НОВЫЙ раунд

В отличие от других недолговечных тенденций, бум эстетики, отсылающей к 90-м и 00-м годам, остаётся с нами надолго. Современные молодые люди искренне увлекаются медиа из прошлого: проводными наушниками, телефонами-раскладушками, мыльницами и плёночной съёмкой.

#kidcore #Y2K



РЕАЛЬНАЯ ЖИЗНЬ

Мы все давно поняли, что жизнь существенно отличается от рекламы майонеза и круто, когда бренды говорят с аудиторией честно, показывают жизнь такой, какая она есть.



Рекламный ролик Яндекс Еды в Армении



Реклама Zalando: «Unwrap Your Story»

трушность

Растёт спрос на настоящие, неприукрашенные моменты, переживания и действительности. Бренды охватывают кампании, в которых участвуют представители всех рас, полов, возрастов, способностей и размеров, и отказываются от безупречной картинки.

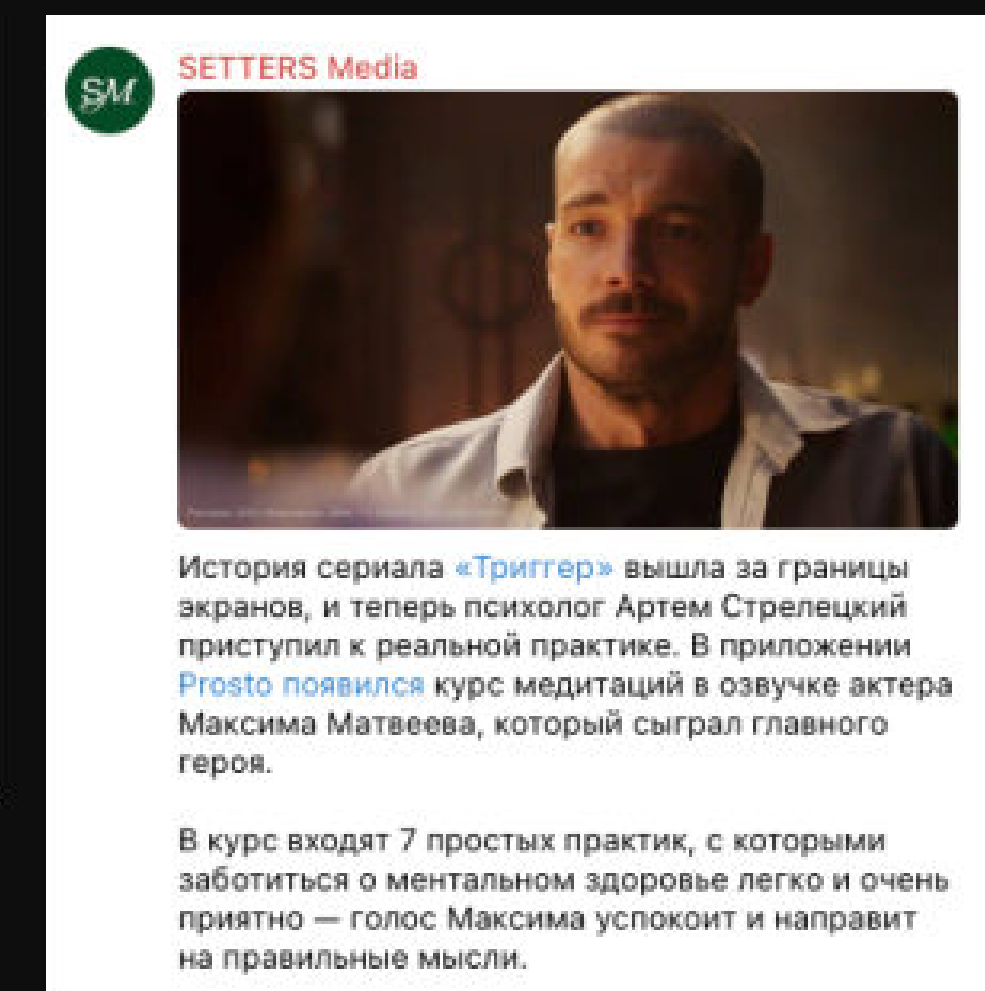
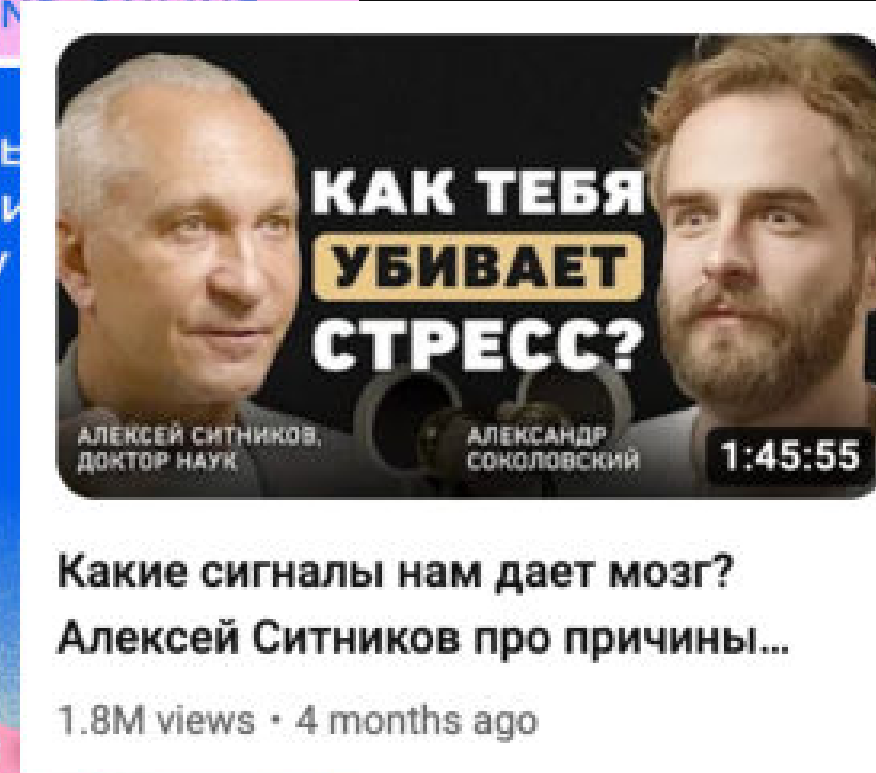
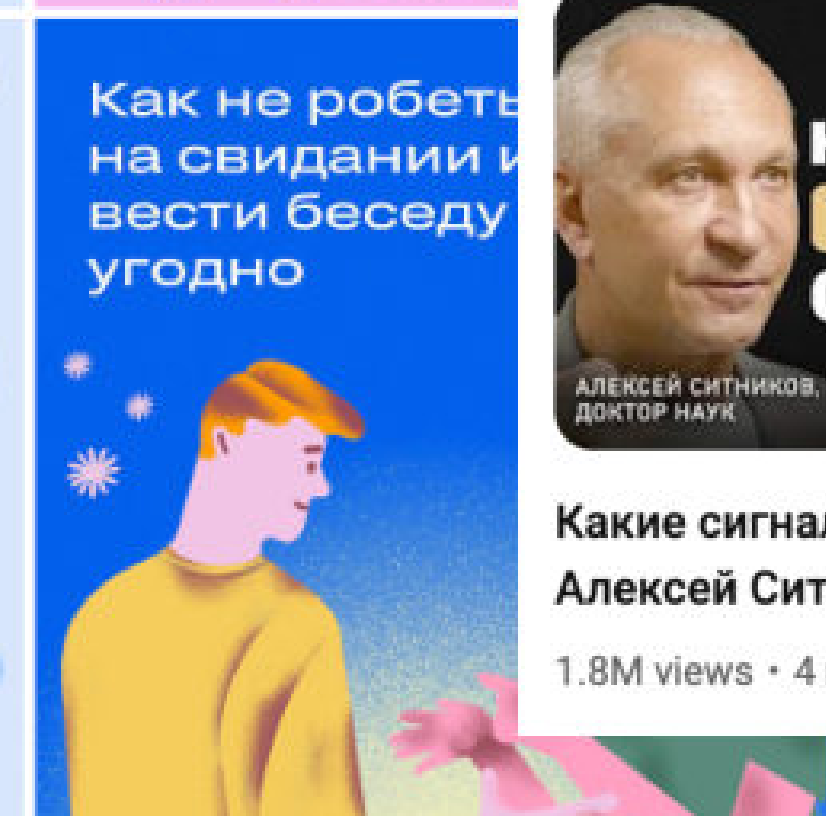
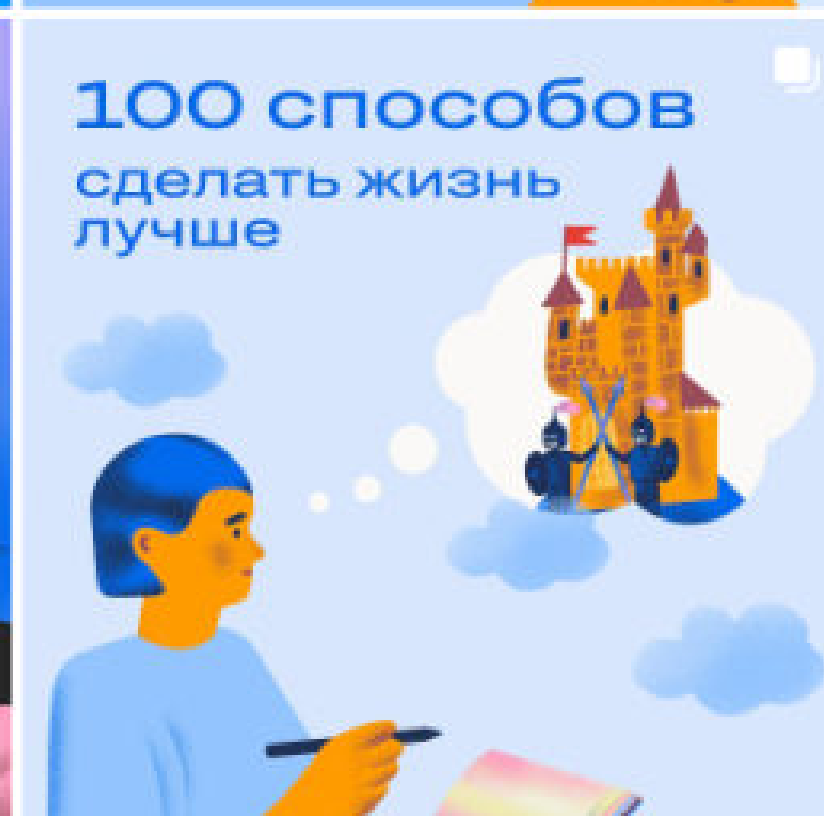
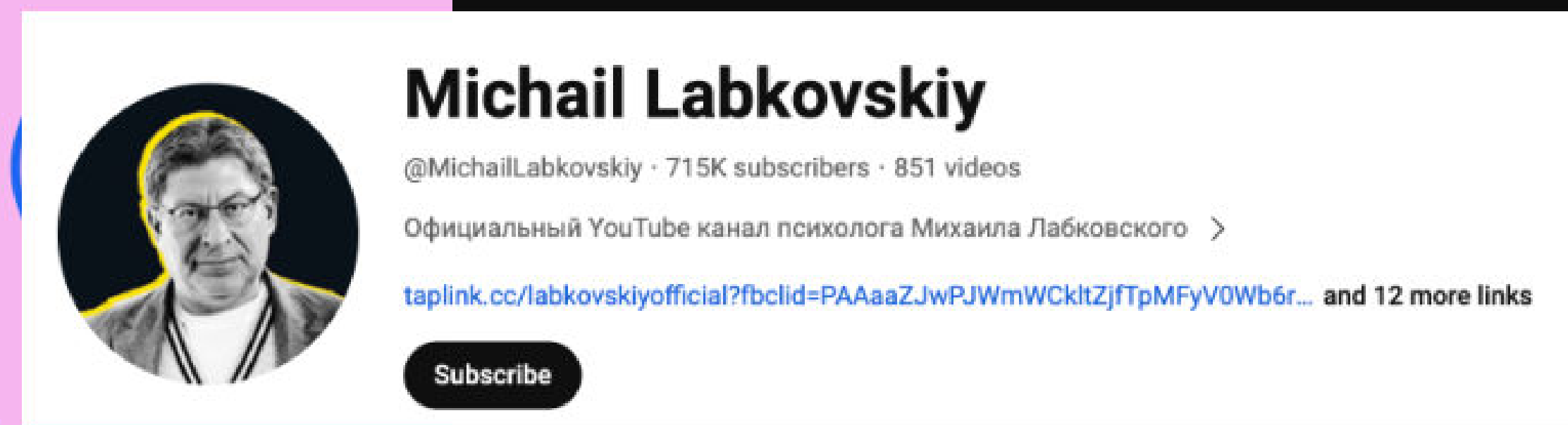
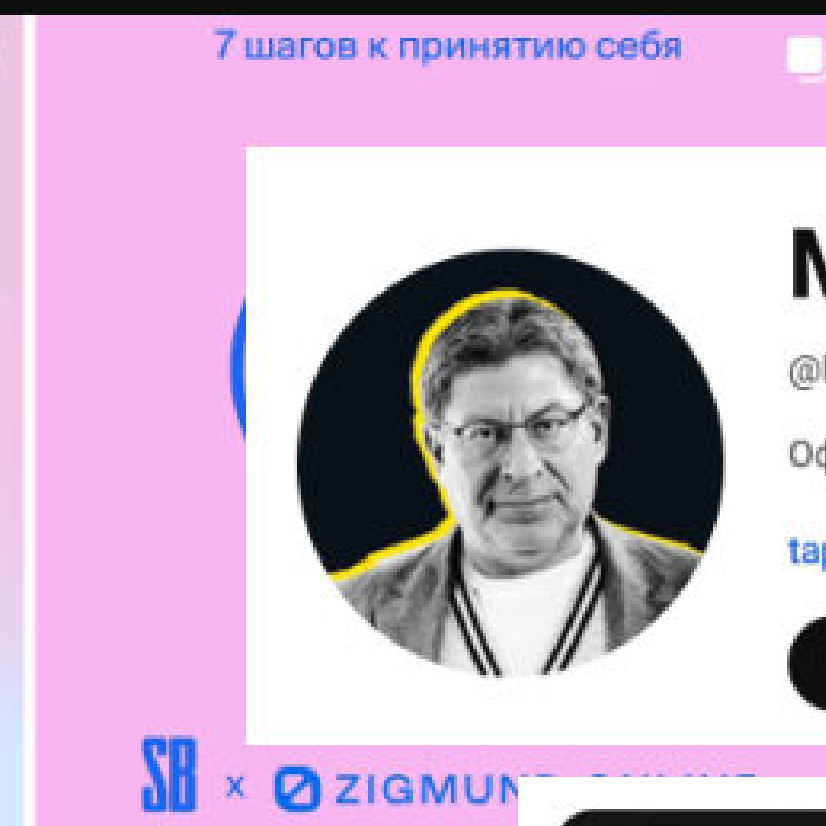
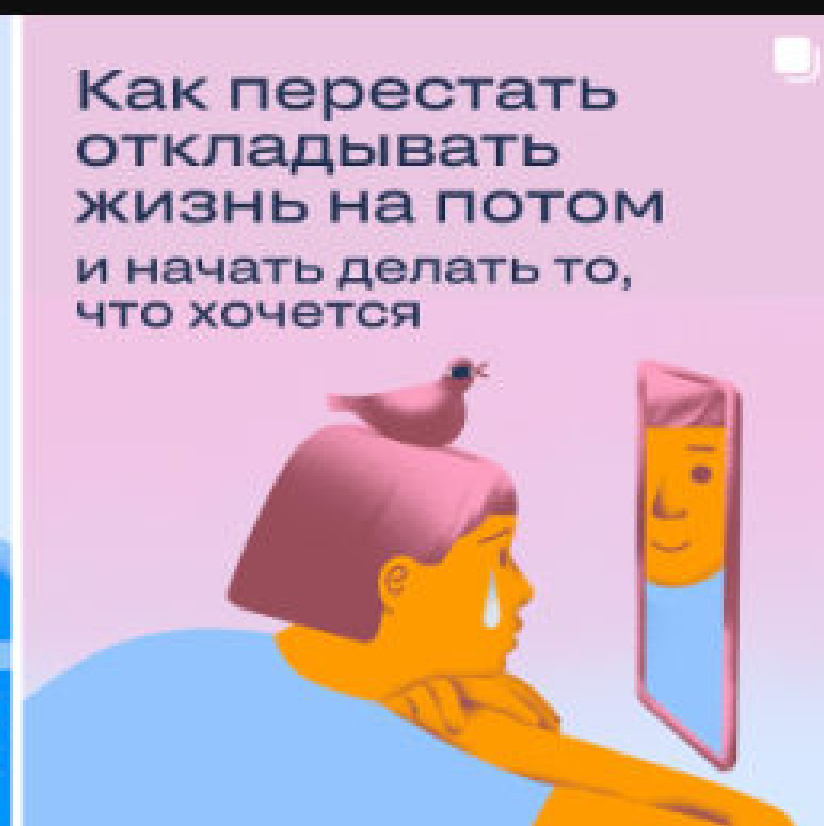
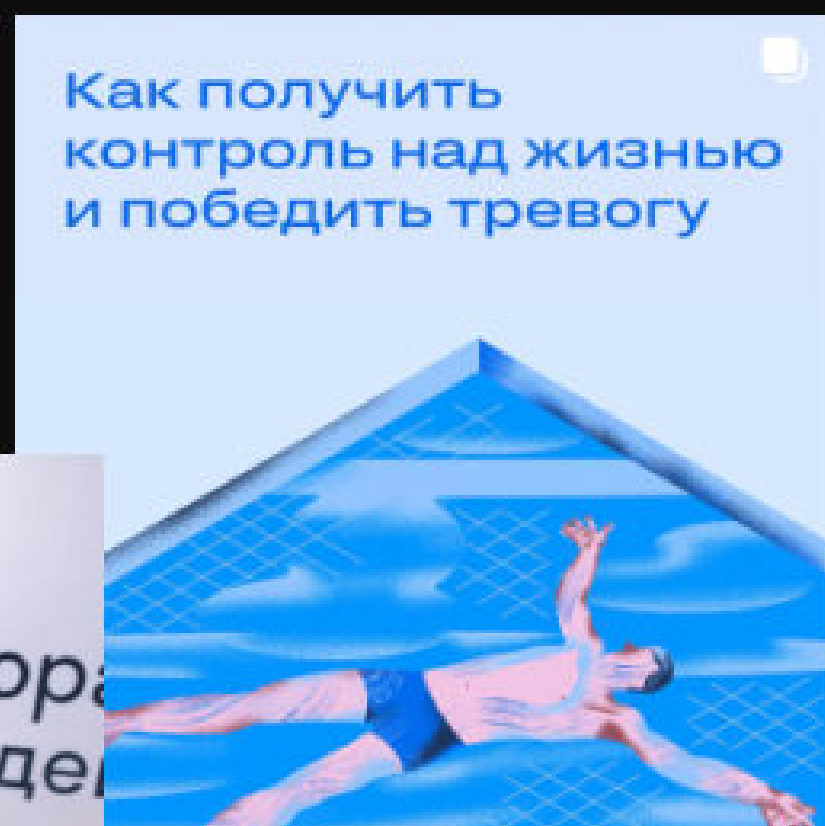
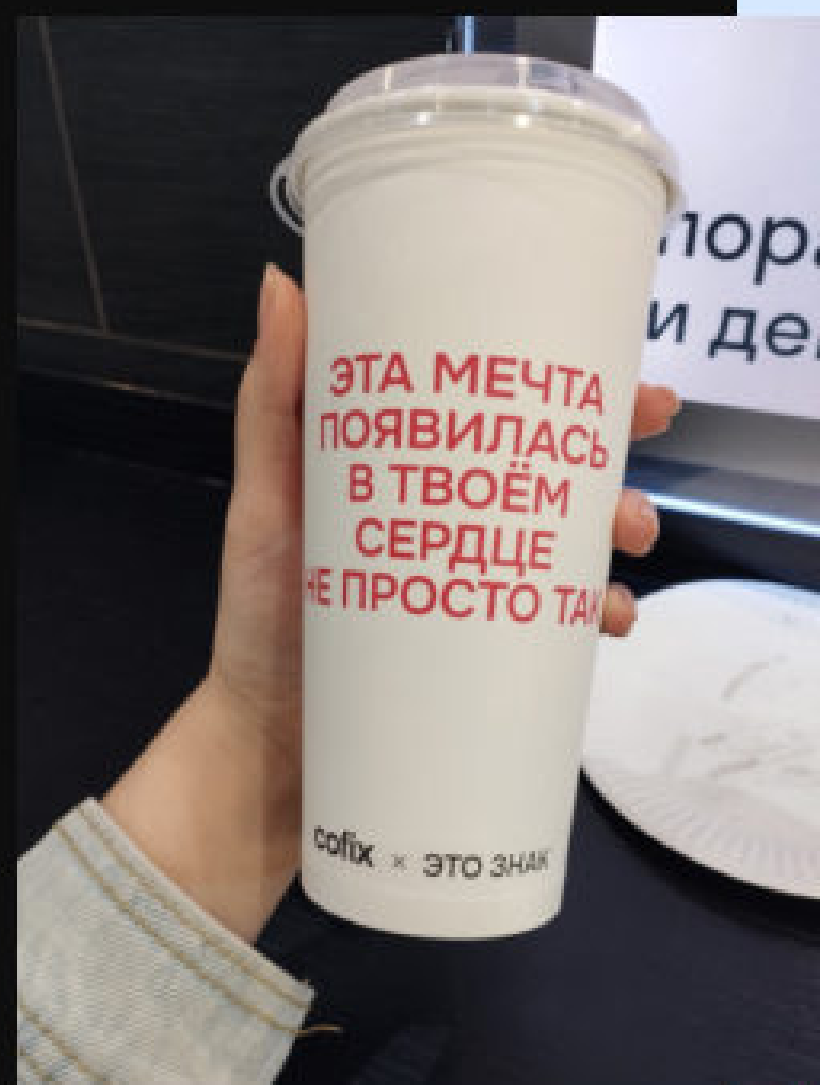
- **без фильтров**
- **без эффектов**
- **аутентичные иллюстрации**
- **эмоциональные крупные планы**
- **блуперсы**
- **от минимализма к реальности**



ИНВЕСТИЦИИ В СЕБЯ

Люди повсюду испытывают тревогу, пытаясь приспособиться к меняющемуся миру, который выходит из-под их контроля. Восемь из десяти опрошенных осознали важность обретения внутреннего покоя в нестабильном мире.

01. Content



ментальное здоровье

Забота о своей психике — не новый, но активно развивающийся тренд. В ближайшее время будет расти запрос на профессиональную и осознанную поддержку, развенчание мифов и стереотипов, а также большой фокус на мужском ментальном здоровье и трудностях маскулинности.

#менталка #чилл
#антитоксичность



НИШЕВЫЕ УВЛЕЧЕНИЯ

Стремление к уникальному и ненависть
посредственного процветали в 2023 и только
усилятся в 2024.

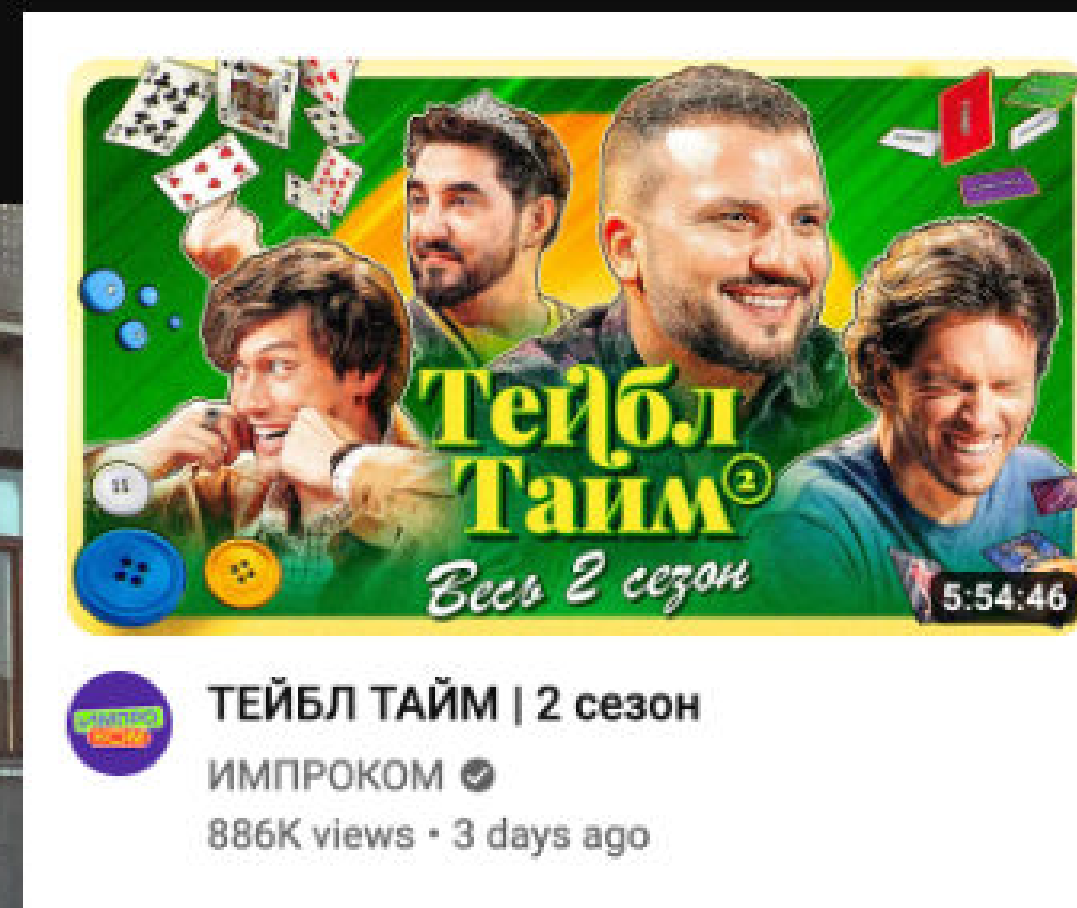
01. Content



Пекарь @cedricgrolet, который публикует в аккаунте, как он выпускает круассаны — один и с селебрити



Керамистка делает большие фигурки из Kinder 90-х



маленькое > большое

Постоянно растущее количество трендов, за каждым из которых непременно нужно успевать, побуждает потребителя найти свою «тихую гавань» — аккаунт, креатора, бренд или тему, в которой не нужно бездумно гнаться за всем новым, а можно наслаждаться одной конкретной нишей и чувствовать свою уникальность.

Как применить на практике / 2024

01. Искать тренды, форматы, авторов **из прошлого** и делать их современные прочтения. Использовать эстетику и медиа конца 90-х и начала 00-х.

02. Интегрировать в контент бренда **этнические мотивы**. Освещать уникальность народов России (и не только) или адаптировать рекламы под их уникальность.

03. Находить честные темы на территории своего бренда. Не бояться **быть неидеальными**. Демонстрировать персонажей, с которыми реально можно себя ассоциировать.

04. **Изучать gen-Z** и учиться работать с их инсайтами и предпочтениями, которые задают тренд рынка в целом.

Как применить на практике / 2024

05.

Не бояться выходить за рамки стандартного креатива и показывать аудитории **сюрреалистичный и виральный контент** для роста знания и охватов.

06.

Работать с **темами эзотерики**, астрологии и другой мистики — в зависимости от бренда делать это иронично и игриво или серьёзно и экспертно.

07.

Повышать уровень знания аудитории в этой теме. Продолжать создавать **проекты** и коллаборации **на территории поддержки ментального здоровья**.

08.

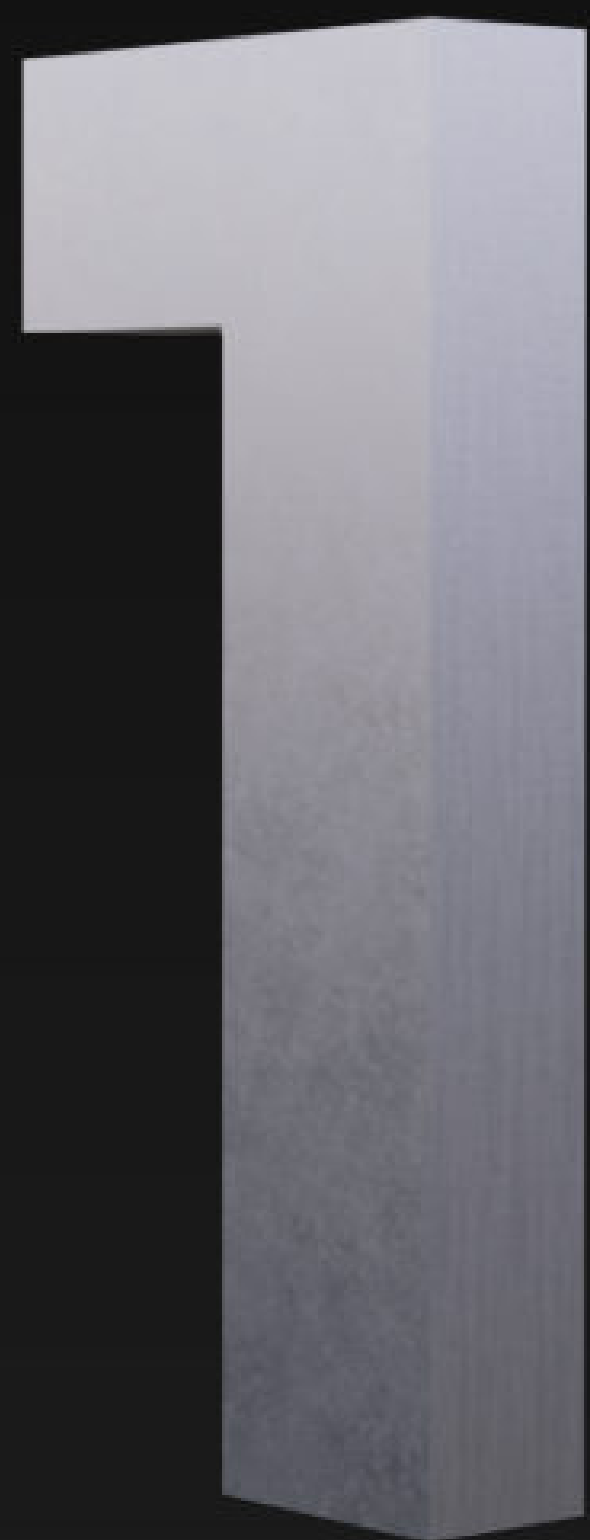
Становиться **проводником в мир нового** и интересного для аудитории: помогать осваивать хобби и получать новый опыт через бренд-контент.

hateagency



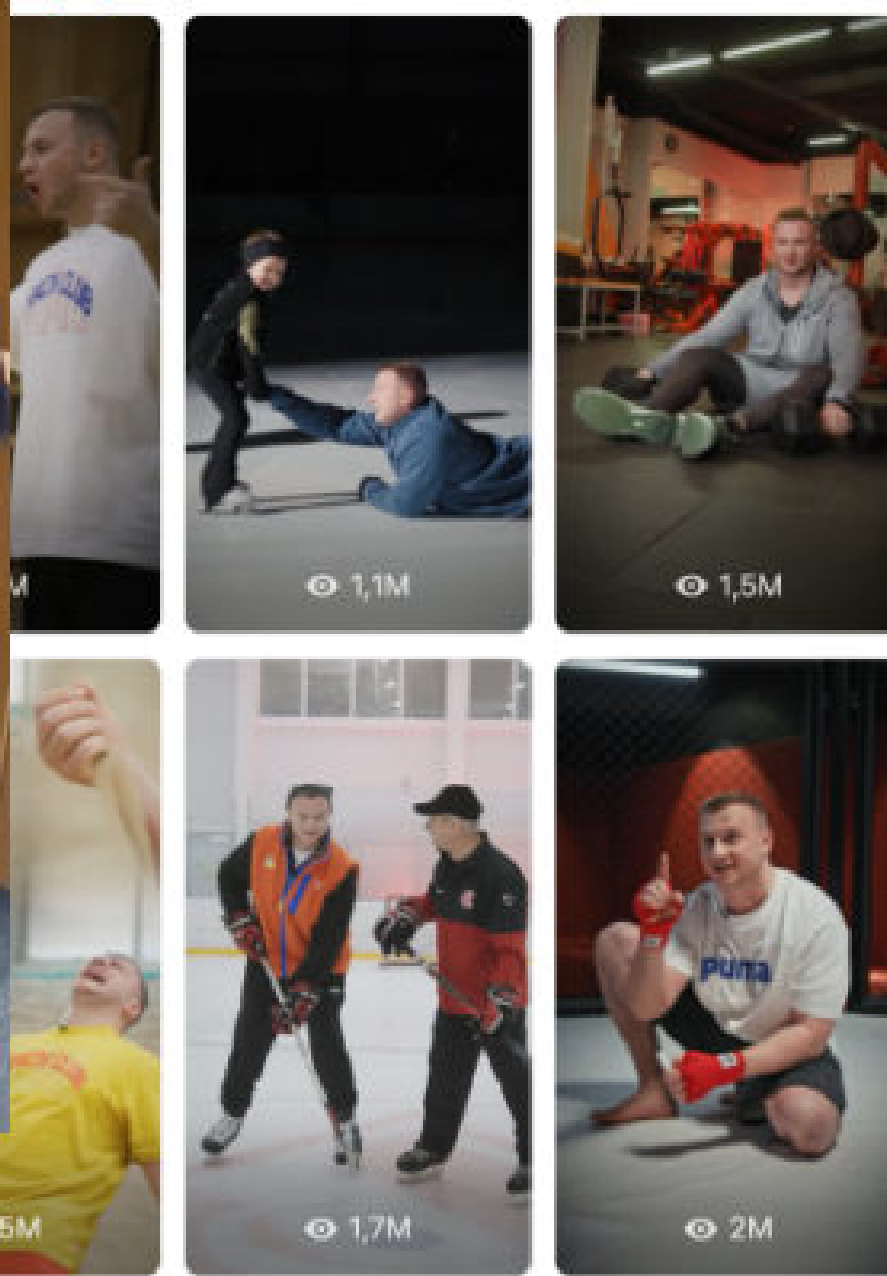
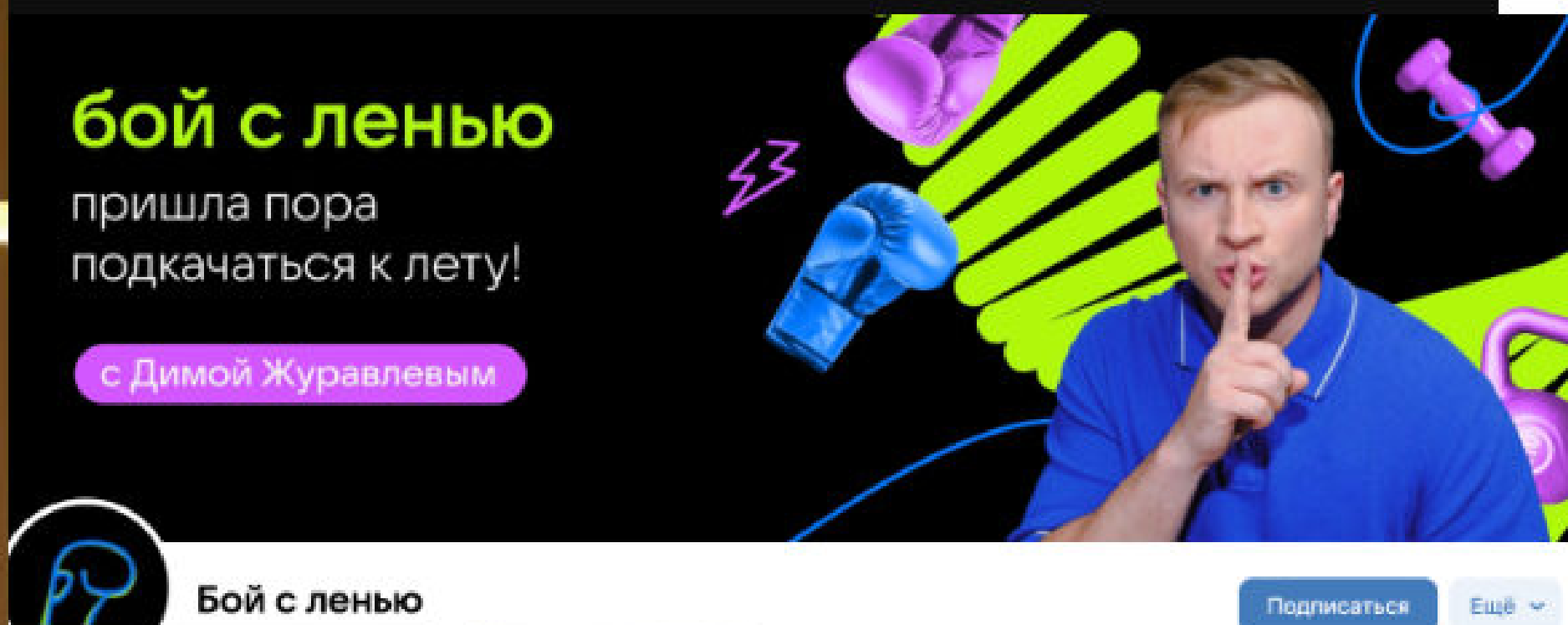
какие форматы выбрать в 2024?

02. Диджитал & офлайн



ВЕРТИКАЛЬНОЕ ВСЁ

Вертикальный контент — давно не новый тренд, а база. Но забывать об этом формате — недопустимая роскошь. Изобретать для него всё новые фишки — стоит того.



Paramount Releases 'Mean Girls' for Free on TikTok in 23 Parts — for One Day Only

By Todd Spangler



Everett Collection

new вертикальные форматы

Вертикальный контент уже подарил нам такие тренды, как мобильный монтаж и малобюджетный phone-like-контент.

Сейчас же в вертикальный формат переходят и сериалы («Бой с ленью»), и полнометражный контент (Mean Girls выложили в TikTok в 23 роликах). Также именно в вертикальных роликах появляются главные новые эффекты и приёмы съёмки и монтажа.



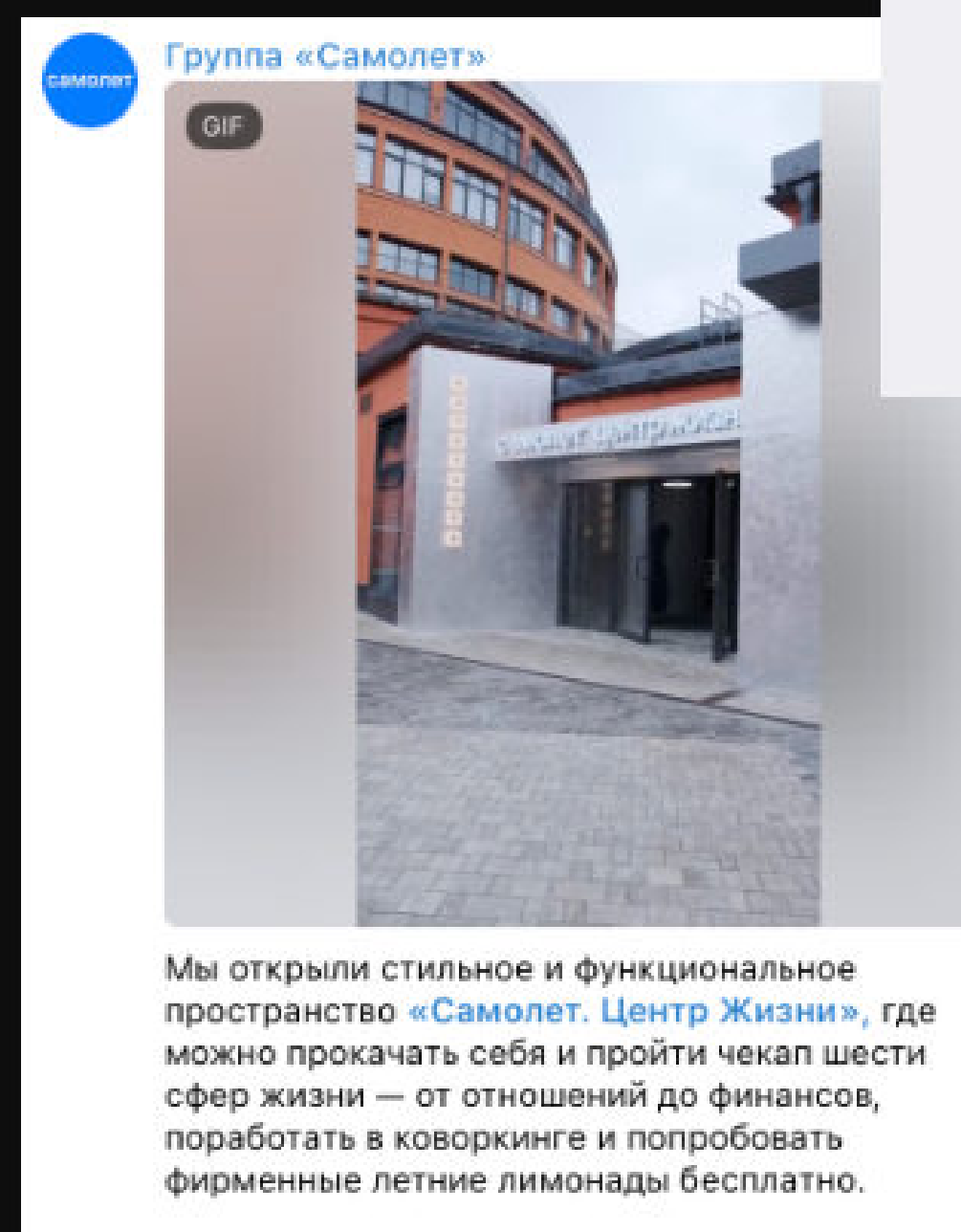
PHYGITAL

Потребитель, находивший комфорт в экране телефона, истощён физически и психологически — натиском социальных сетей и бесконечными чатами. Отдых он ищет в синергии офлайн-впечатлений и онлайн-инструментов.

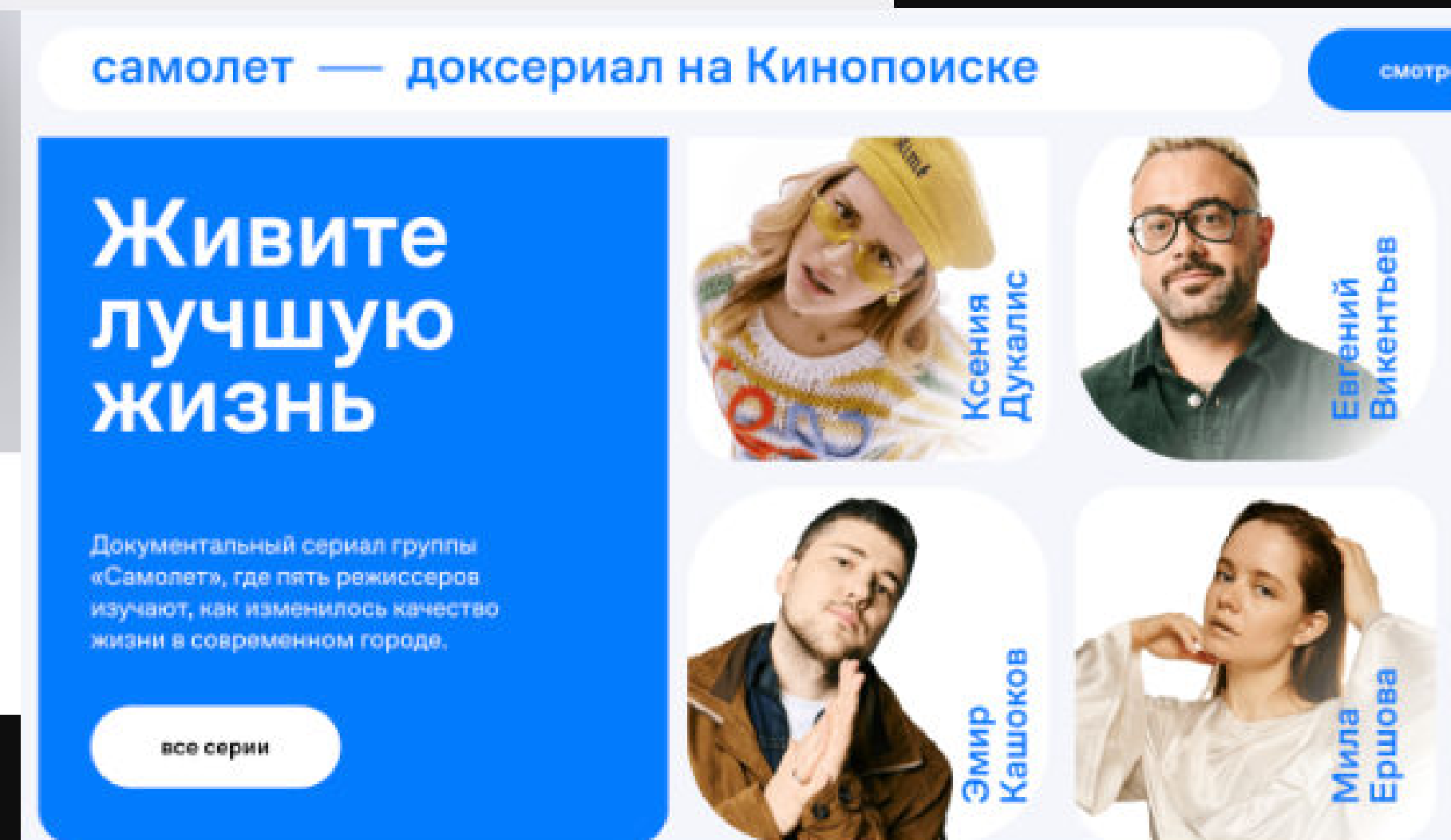
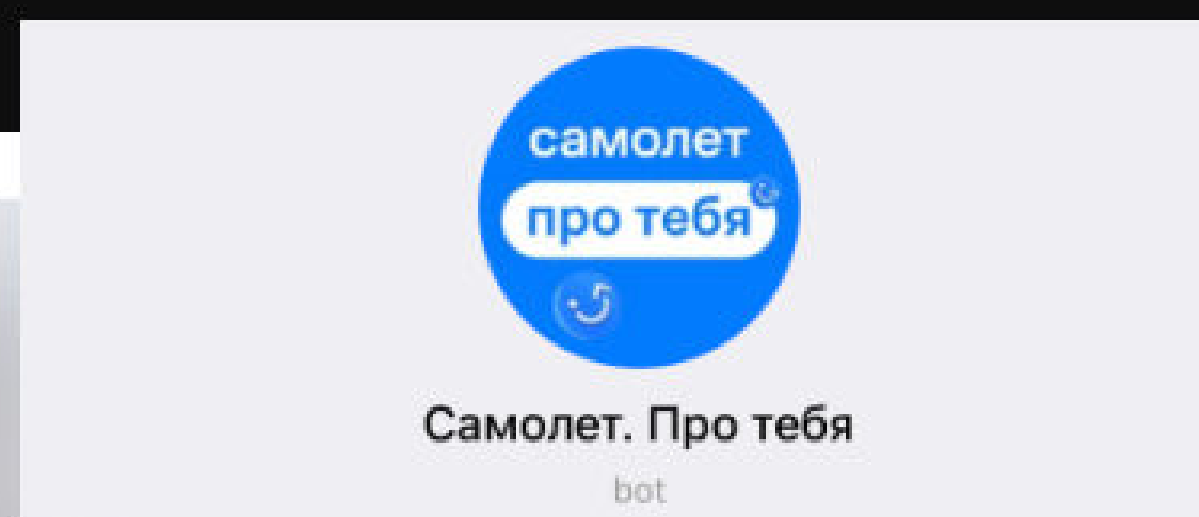
02. Digital & Offline



«Игры Будущего» — киберспортивный турнир в России — прошёл в концепции phygital



Phygital-проекты «Самолёта»



синергия онлайн и офлайна

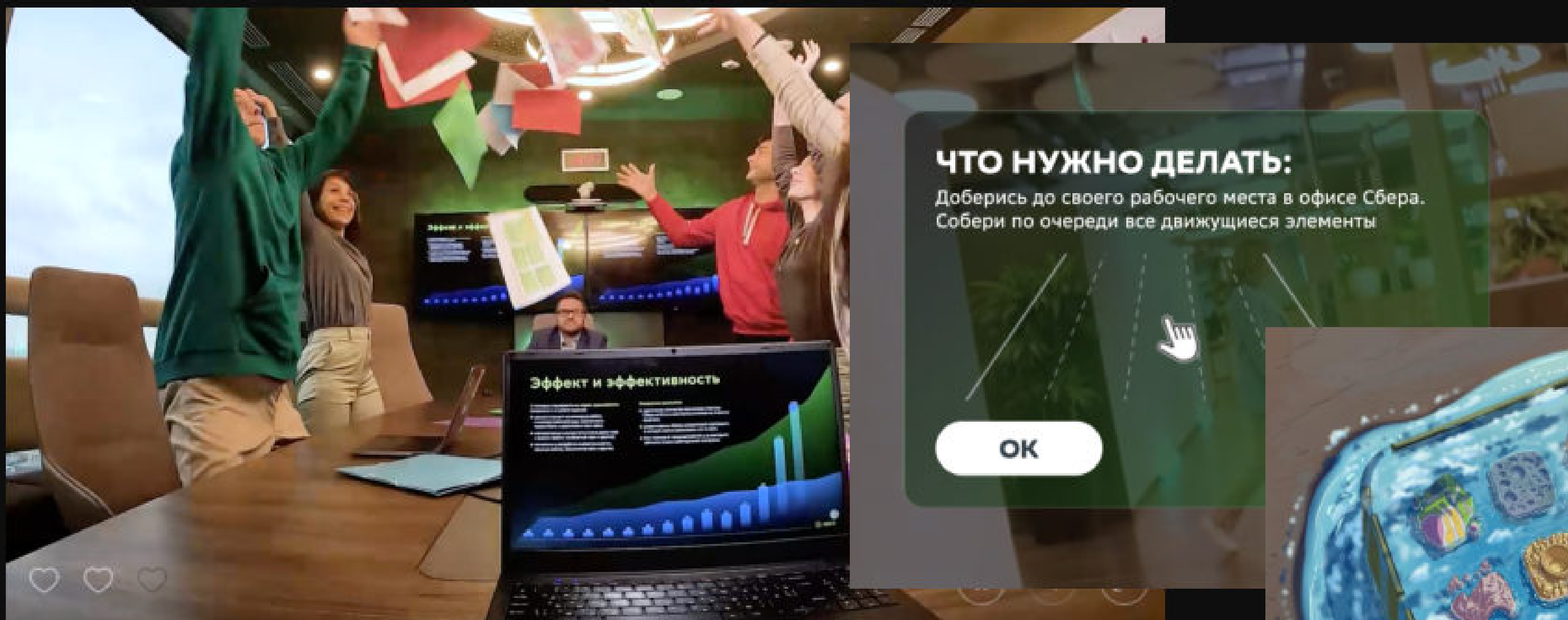
Привычка быть в онлайн по учёбе, работе или просто ради общения стимулирует популярность фиджитал-форматов, когда офлайн и онлайн не являются альтернативами, а логично дополняют друг друга.



ИММЕРСИВНЫЙ КОНТЕНТ

В 2023-м мы увидели несравнимую популярность гейминга — сигнал возрастающей потребности в иммерсивном контенте, который позволяет истинно погружаться в происходящее на экране.

02. Digital & Offline



Сбер выпустил видеоигру на 90 секунд «Дойти до топа»

погружение на 100%

Иммерсивный, а также залипательный и медленный контент — это «лекарство» от клипового мышления и ультрабыстрого контента. Потребитель чувствует утомление от объёмов контента, которые настигают его каждый день, и ищет контент для отдыха и полного отключения от реальности.



«Бесконечный» арт [Jesse Martin](#)

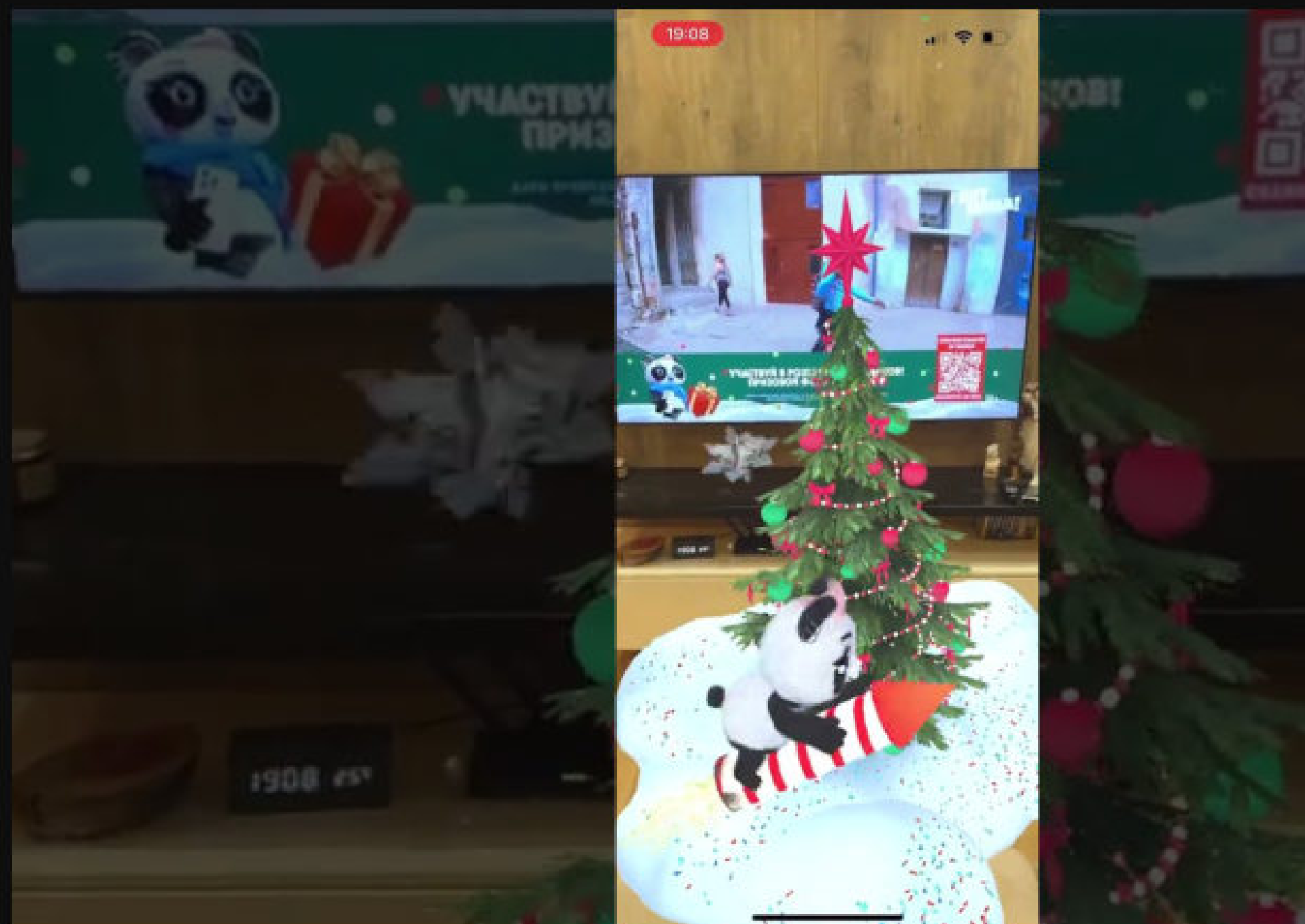


Lo-Fi-ролики японского McDonalds



НОВЫЙ AR

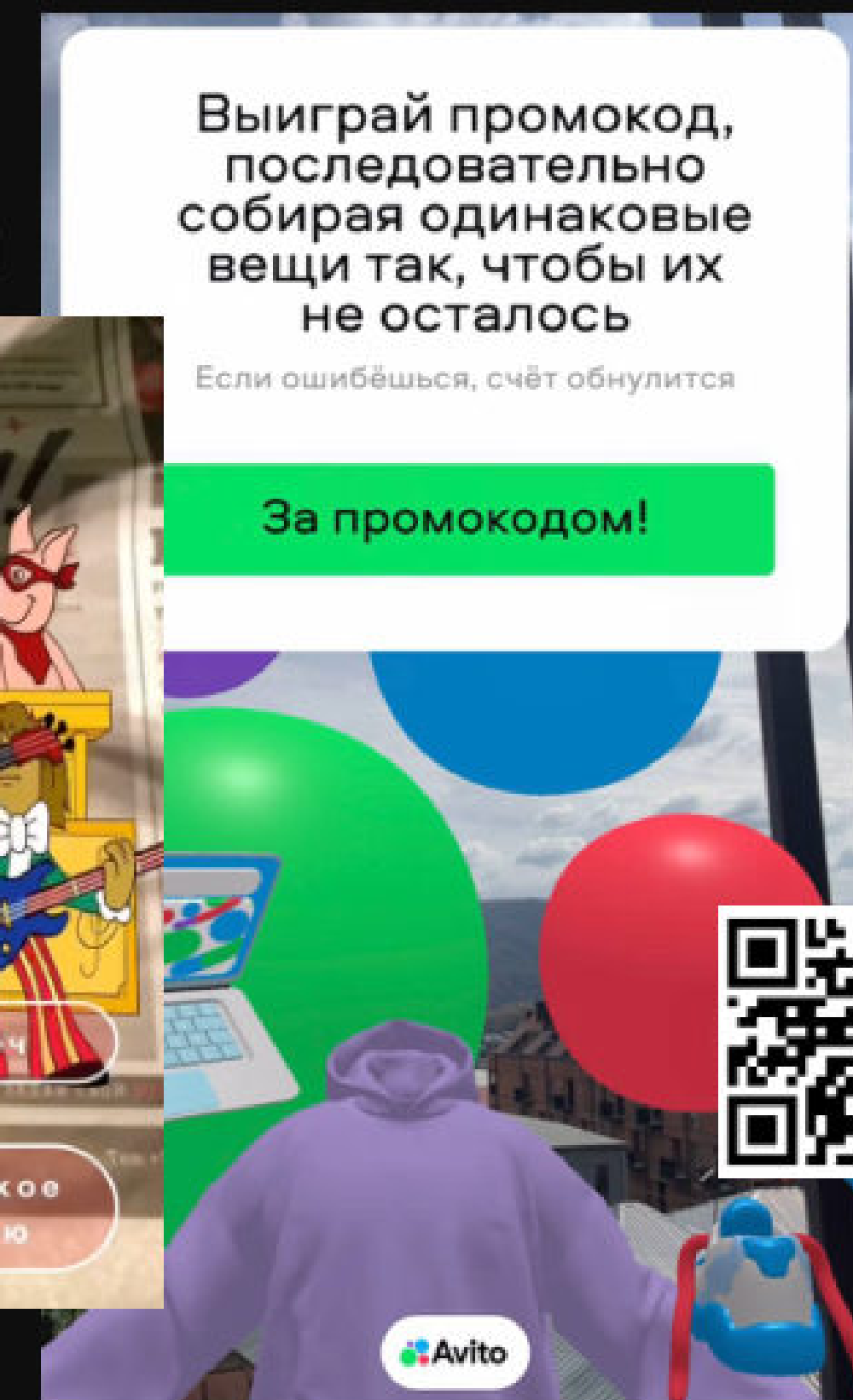
Спрос на иммерсивный контент и доступность технологий повышают популярность AR — от всем известных масок мы переходим к AR-мерчу, AR-играм в Telegram-ботах.



AR-панда в новогодней рекламе «Пятницы»



AR-анимация
Frank by Basta



AR тут и там

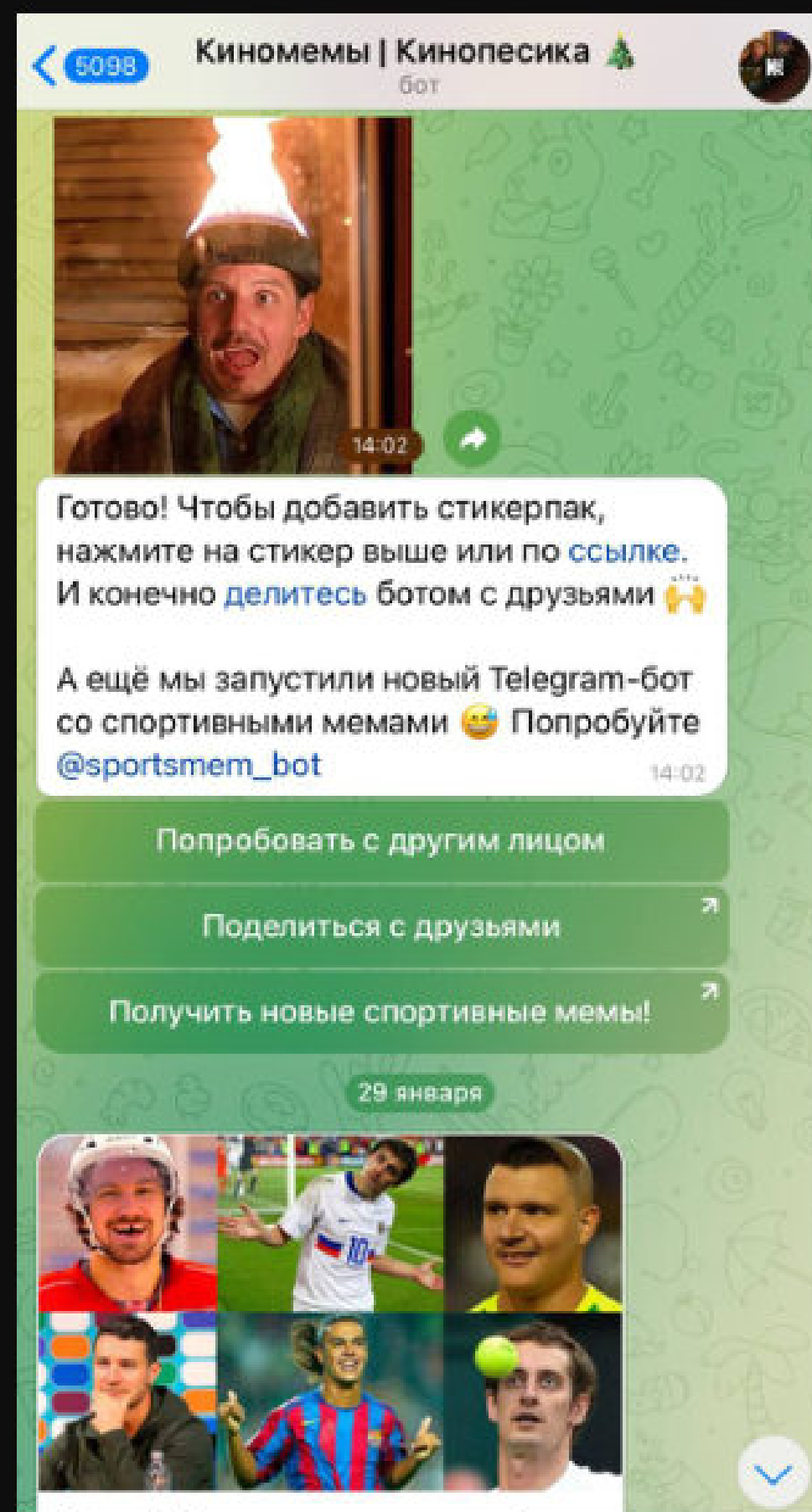
На стыке любви аудитории к играм и появления новых доступных технологий рождается новый вариант геймификации: игры в AR и интеграция AR в повседневные предметы. Без специального оборудования — просто через смартфон, игровой мир прямо дома.



ИИ-БОТЫ

AI-технологии, ворвавшись в нашу жизнь в конце 2022, стали доступным и полезным инструментом для вовлечения аудитории, роста подписчиков и создания контента.

02. Digital & Offline



Нейромемы для Кинопоиска



Кулинарный бот-оценщик от Яндекс Еды



кто изобретательнее?

Боты со встроенным AI могут быть как прекрасным инструментом, облегчающим жизнь, так и способом привлечения и вовлечения аудитории. Так как ИИ-технологии постоянно меняются и им находят всё больше применений, на рекламном рынке идёт соревнование в изобретательности работы с ИИ.



Если вы не уверены в ужине, приготовленном на 8 марта второй половинке, то этот бот-гастрокритик от Яндекс Еды поможет оценить любое блюдо и дать ценные советы по исправлению.

Сфотографируйте готовое блюдо и отправьте на разбор шефу с искусственным интеллектом. Константин Рамзи слегка поворчит, но всё-таки оценит его по достоинству. Не воспринимайте слова бота слишком серьёзно, это ИИ – что с него взять?



ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ ОПЫТ

Аудитория тянется за форматами, которые позволяют испытать новый опыт и ярко почувствовать момент, чтобы запомнить его навсегда.



Гольф-турнир Bork



Yota x Sintezia



Званый ужин пяти лучших шефов России в Усадьбе Муравьёвых-Апостолов от Ultima

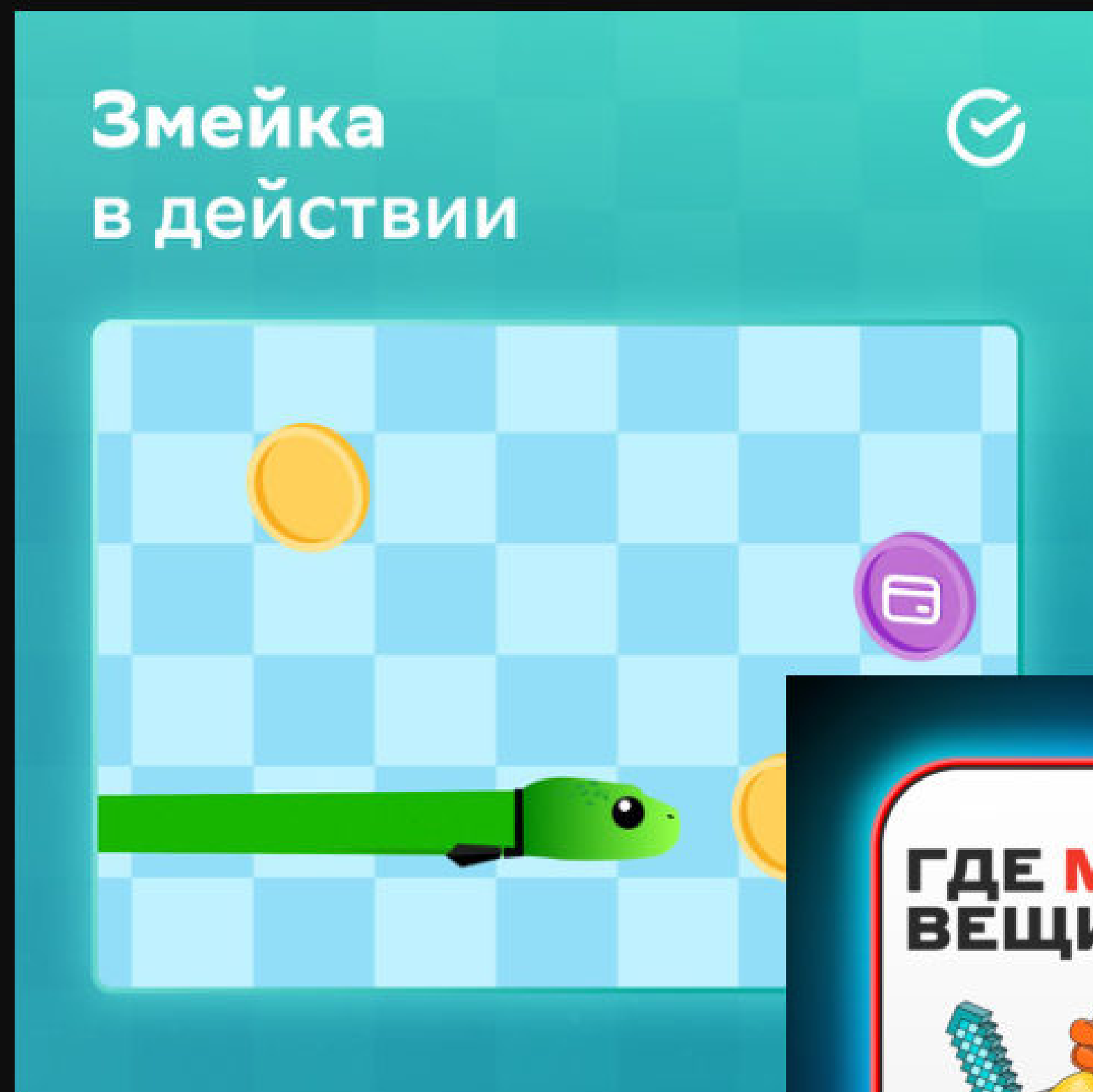
спектр впечатлений

Аудитория всё больше гонится за впечатлениями — гастрономическими, эстетическими, романтическими. Именно поэтому мы наблюдаем активное возвращение офлайн и бум эксклюзивных офлайн-мероприятий, лимитированных коллабораций и других возможностей вместе испытать эмоции.

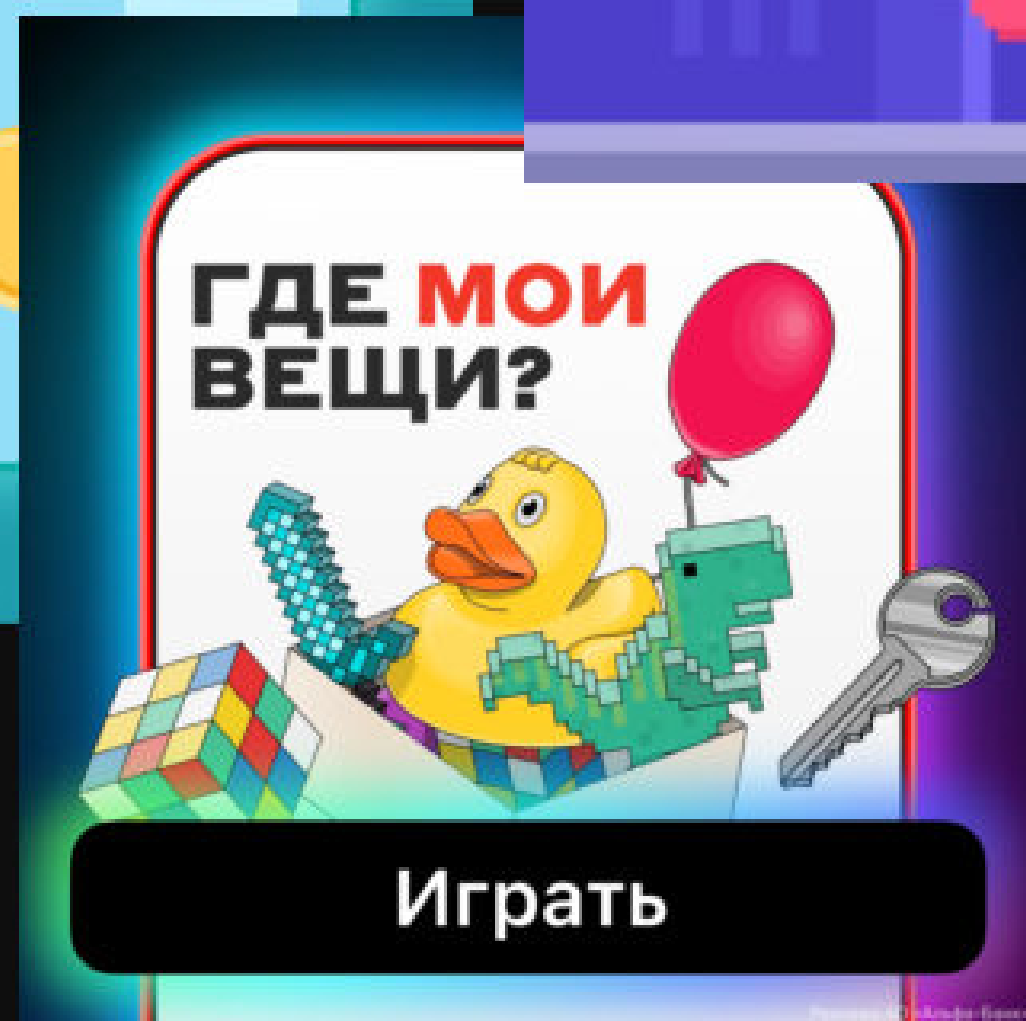


РЕТРОИГРЫ

Ностальгия добирается и до форматов продвижения — бренды всё чаще выпускают ремиксы на игры из прошлого, вовлекая одну аудиторию и заставляя «пустить слезу» другую.



Змейка СберБизнес



Игра на поиск предметов
в комнате от Альфы

Жаба-тамагочи Тинькофф



КАК В ДЕТСТВЕ

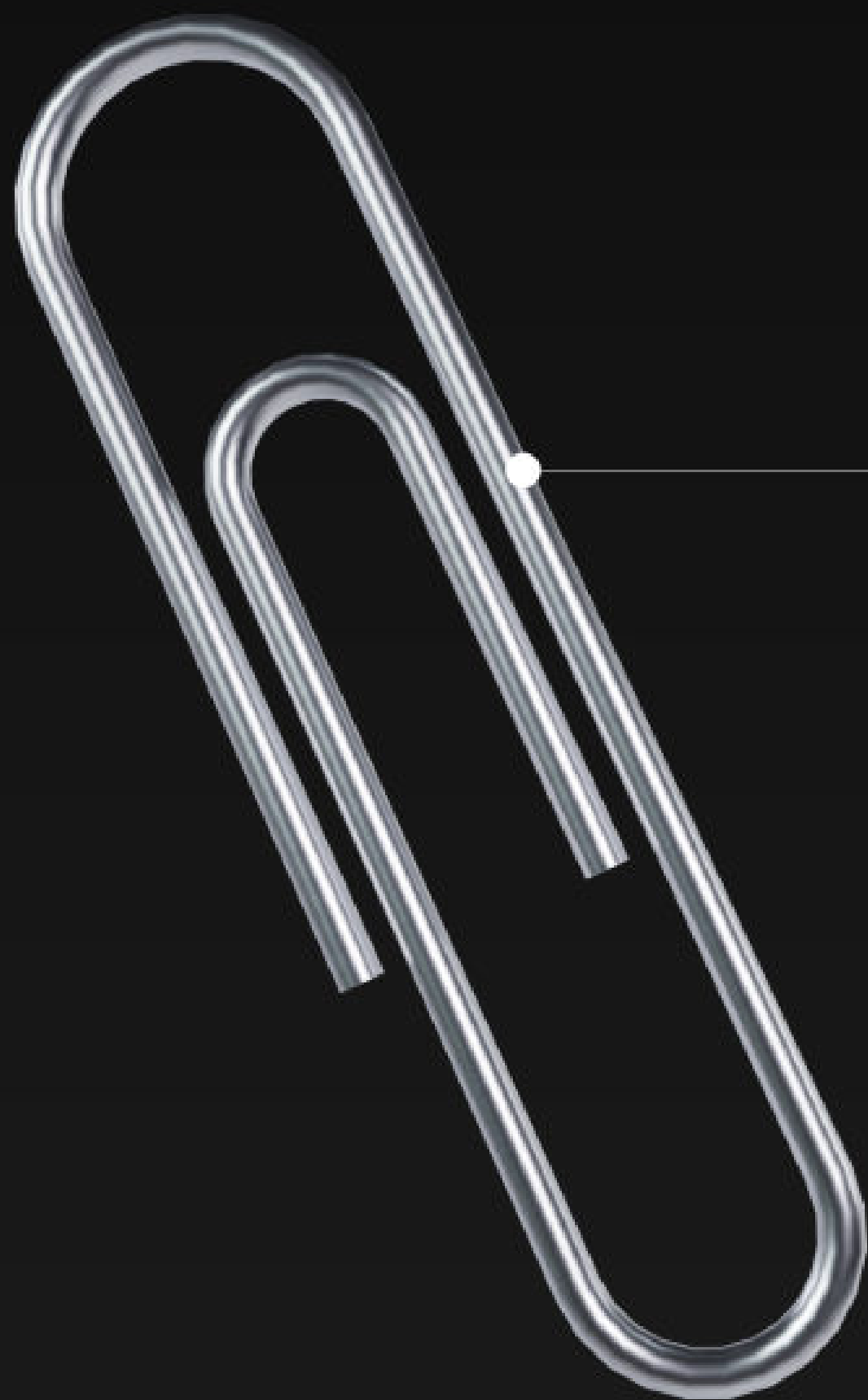
Геймификация — везде. И это далеко не предел. Вместо того чтобы придумывать новые игры и становиться пионерами в геймдеве, бренды активно воссоздают казуальные старые и любимые игры из детства, но с новыми дизайн-кодами и неременной выгодой от участия.



hateagency

как делать красиво в 2024?

03. Дизайн



ДИЗАЙН-ТРЕНДЫ = КУЛЬТУРА X ТЕХНОЛОГИИ

#neobrualism

необрутализм
минимализм
утилитаризм

#popfuturism

y2k
ретродиджитал

#doodles

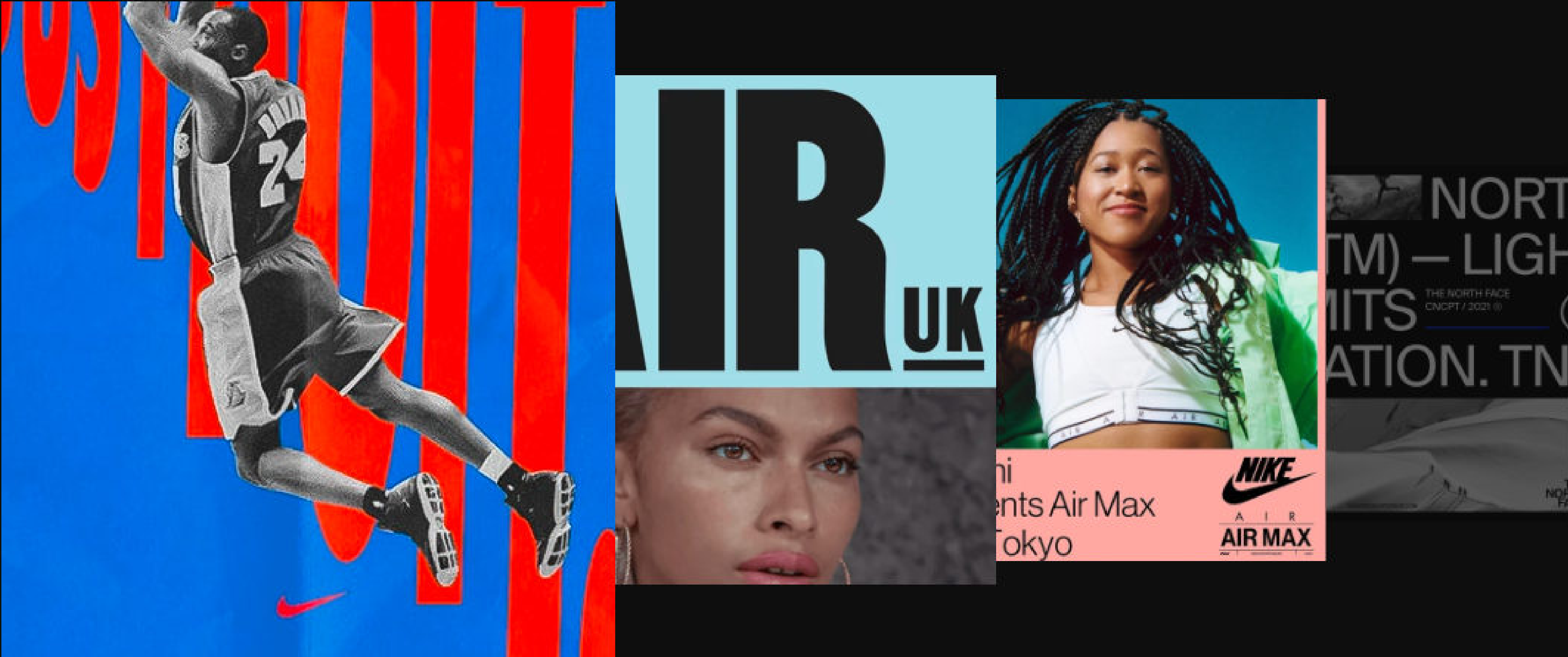
#redeem glass

#ai morphism

#3D'2024

3D-замес
3D-материалы
fake digital

Neobrutalism / тренд 2024



03. Design



THE NORTH FACE (TM) — LIGHT ON LIMITS INNOVATION. TNF



neobrutalism

Стиль, который характеризует brutальное отсутствие лишнего: крупная типографика, контрастные композиции и минимальный декор.

#крупный #контрастный #чёткий



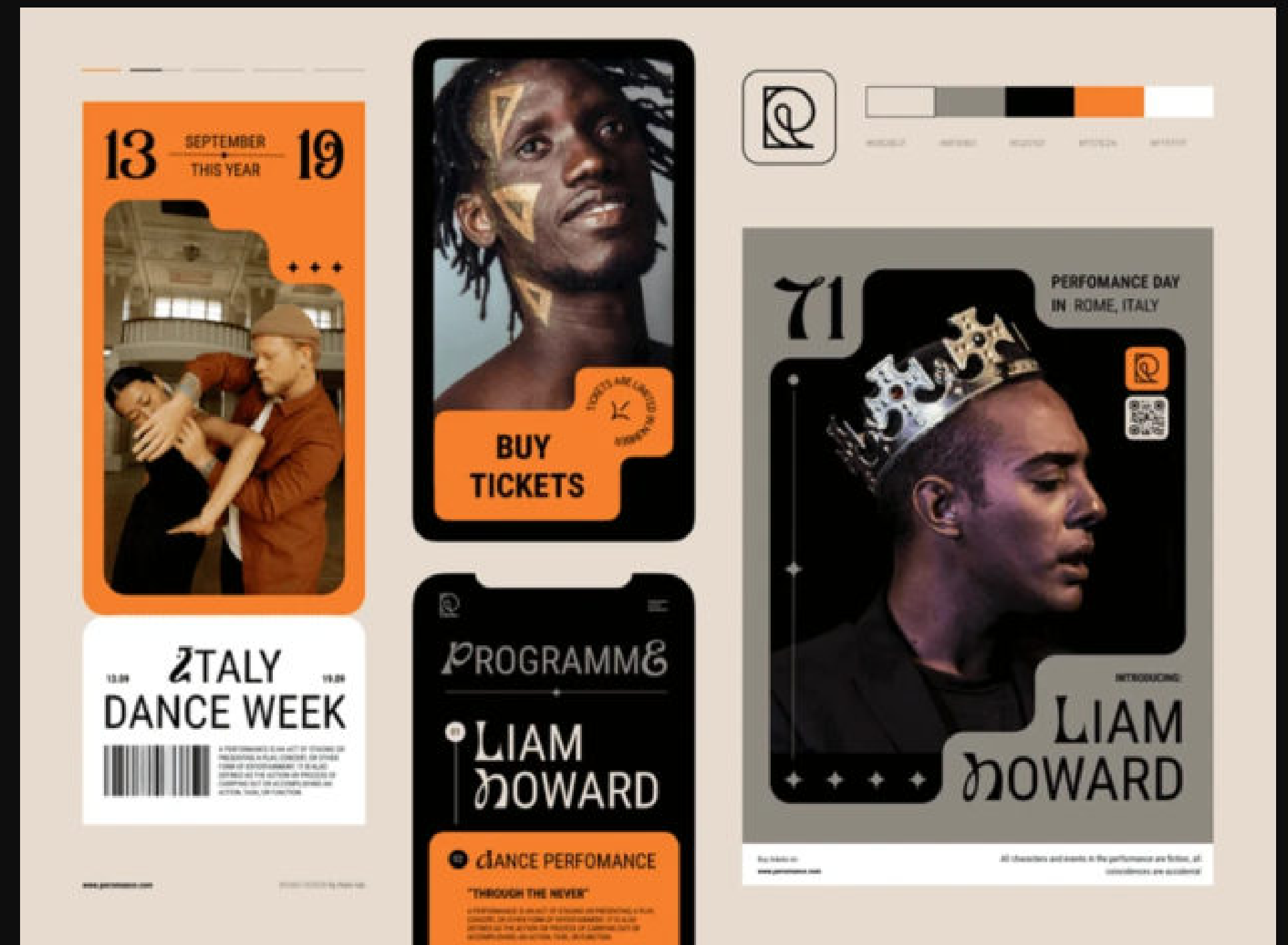
bold minimalism

Минимализм трансформируется. Теперь в центре внимания яркие базовые формы с крупной типографикой, но всё ещё без лишних деталей и декора.

#крупный #яркий #экстравертный



03. Design

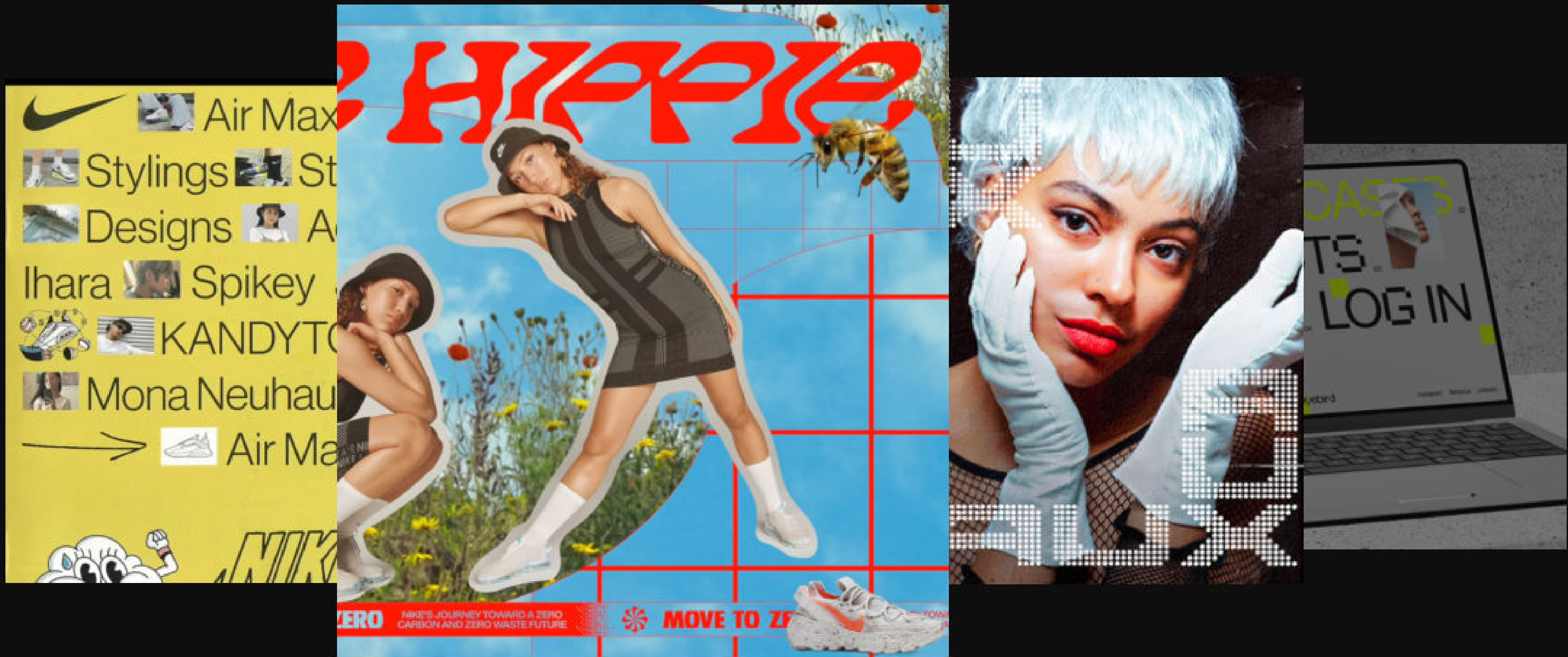


utilitarianism

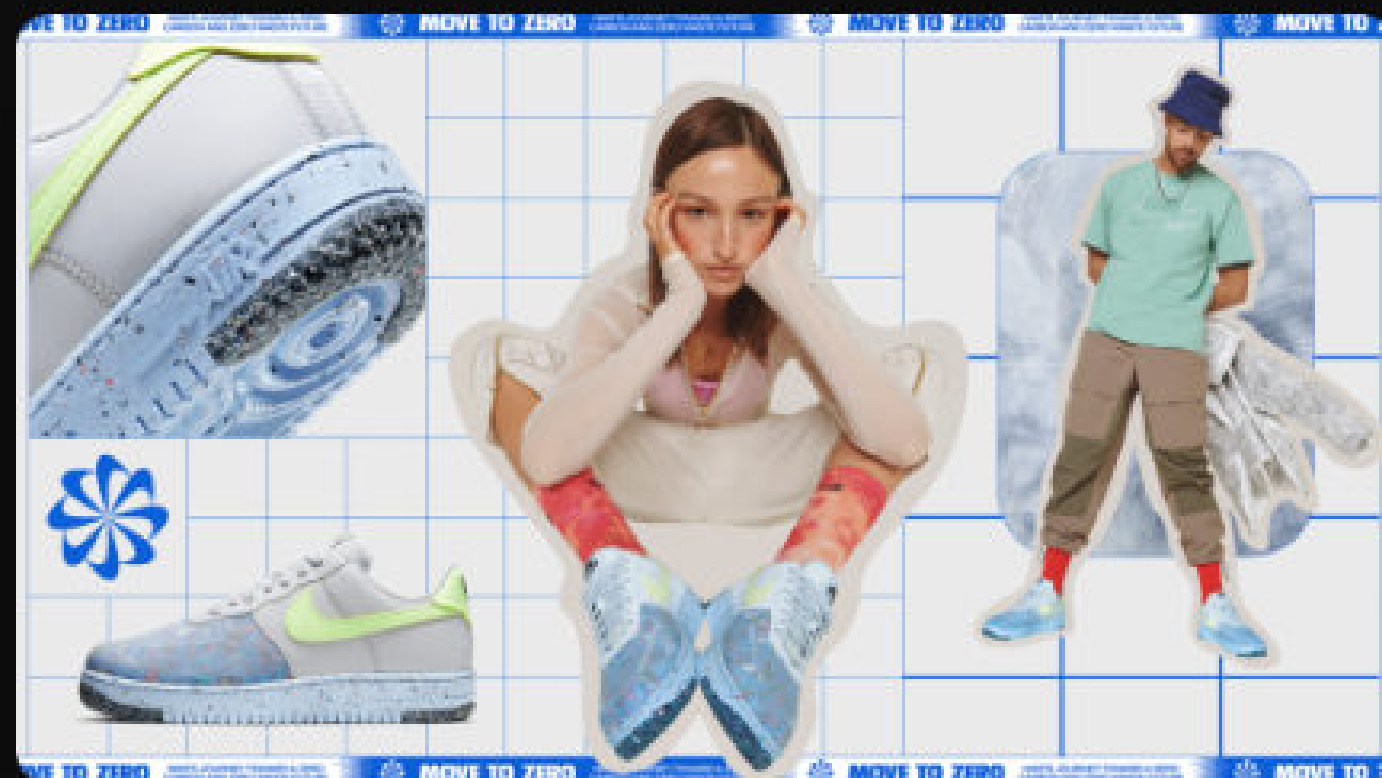
Утилитарный дизайн, основа которого — функциональные характеристики продукта: инструкция, целевая аудитория, эффект от использования.

#ФАКТЫ #ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ

Pop Futurism / тренд 2024



03. Design

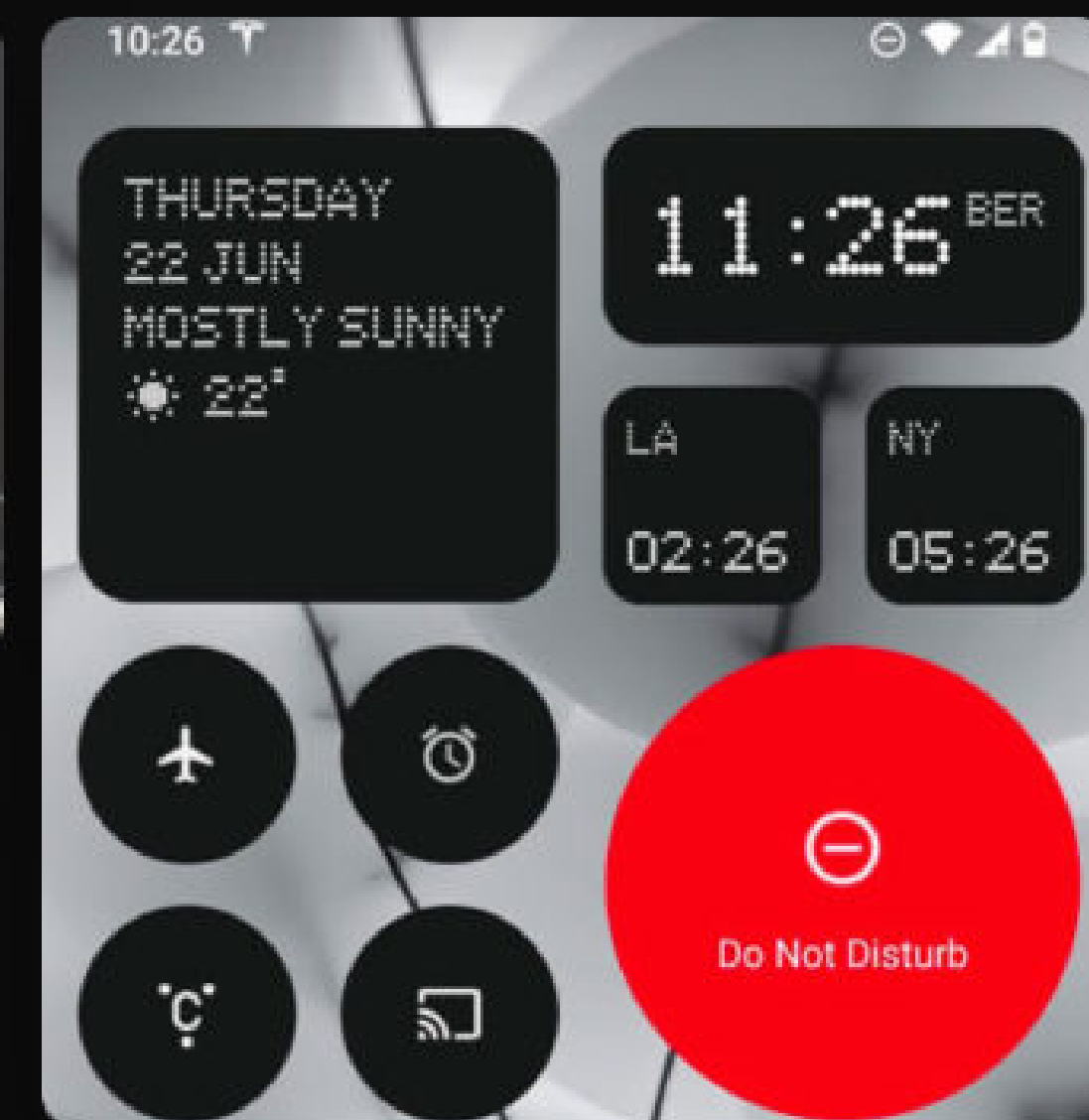
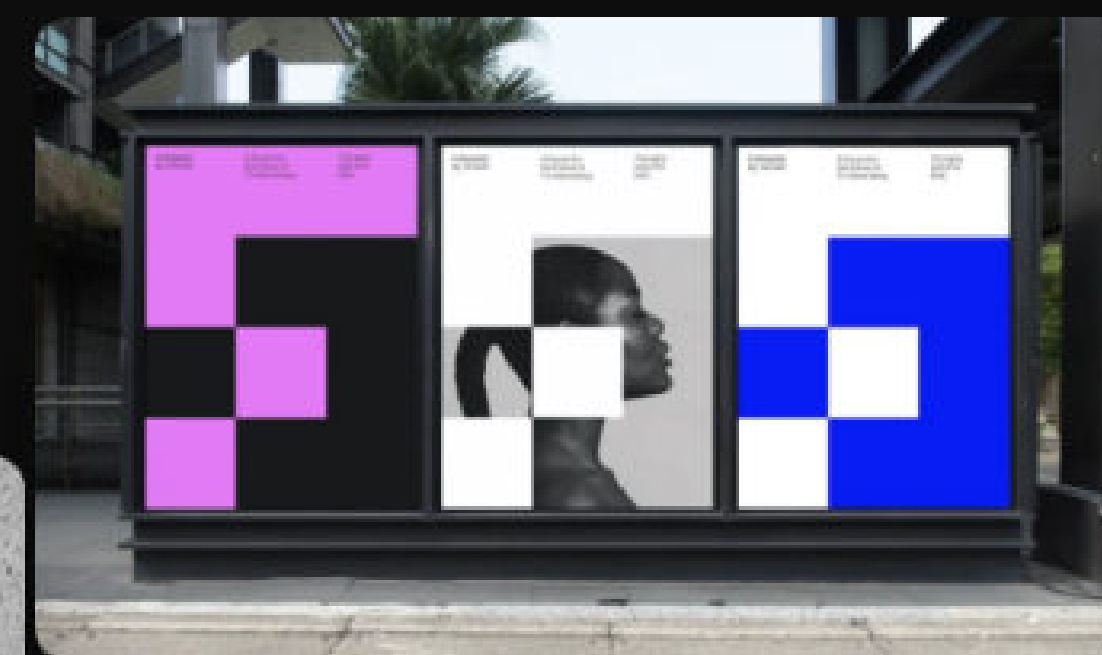
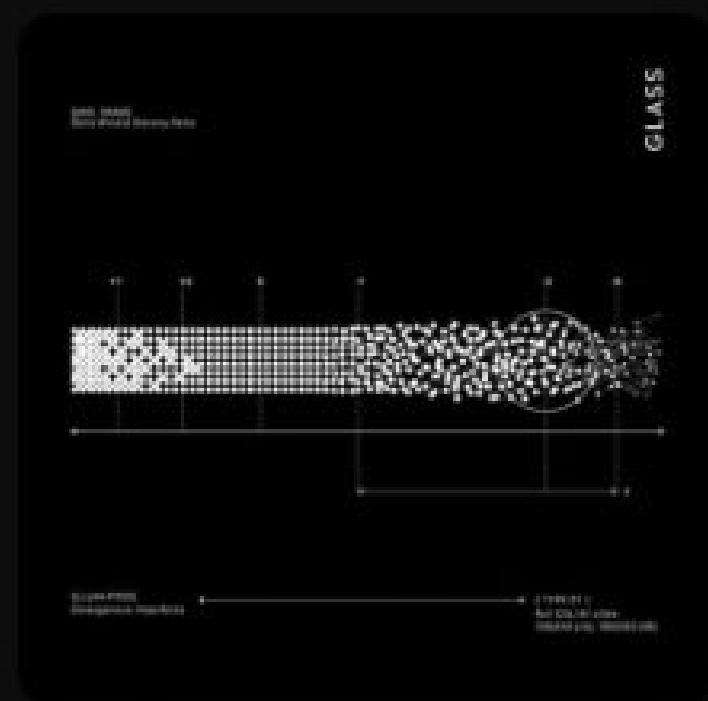


y2k

Новая волна ностальгии по концу 90-х и началу 00-х. В Y2K-контенте царит метамодерн и смешиваются реальное и цифровое в иллюстрациях и коллажах.

#НОСТАЛЬГИЯ #КОЛЛАЖИ #ЯРКИЙ

03. Design

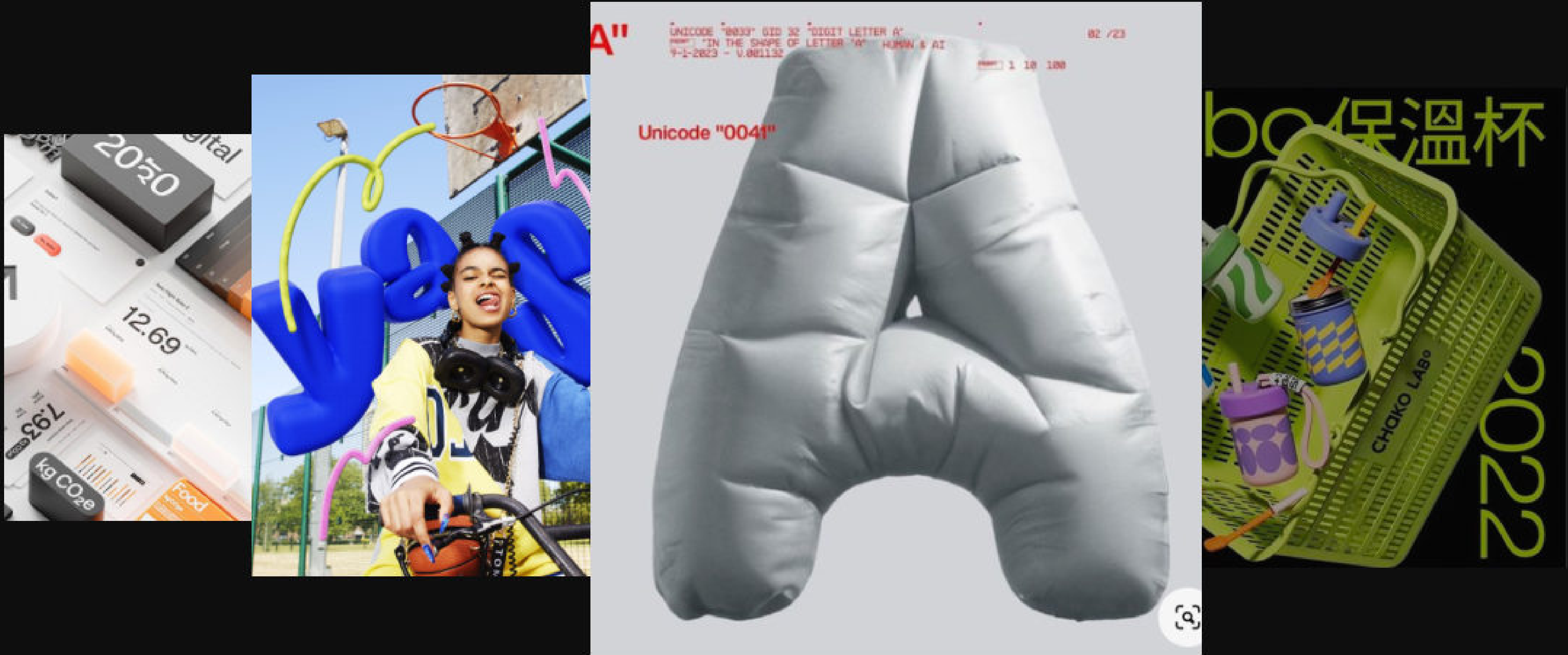


retro display

Стиль, который имитирует LED-экраны конца 90-х и начала 00-х, с точками как основой шрифтов и пикселями. Пиксели используются по-новому: их встраивают в изображения как рамки и декор, но реже создают из них полноценные изображения.

#пиксели #технологичный #LED

Новый 3D / тренд 2024



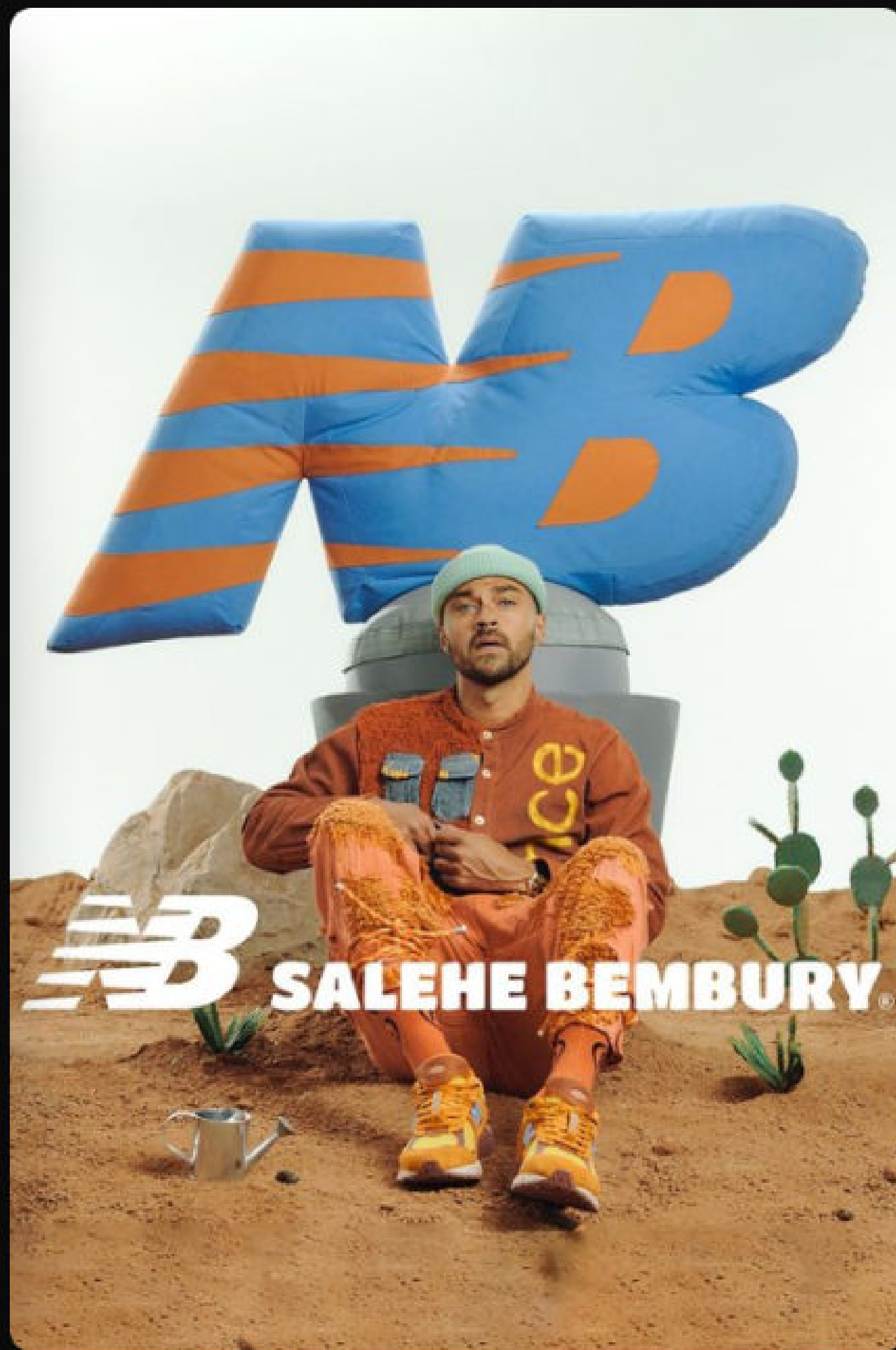
fake digital

Создание 3D-объектов
в реально снятых
видео из повседневной
жизни.

#CGI



03. Design

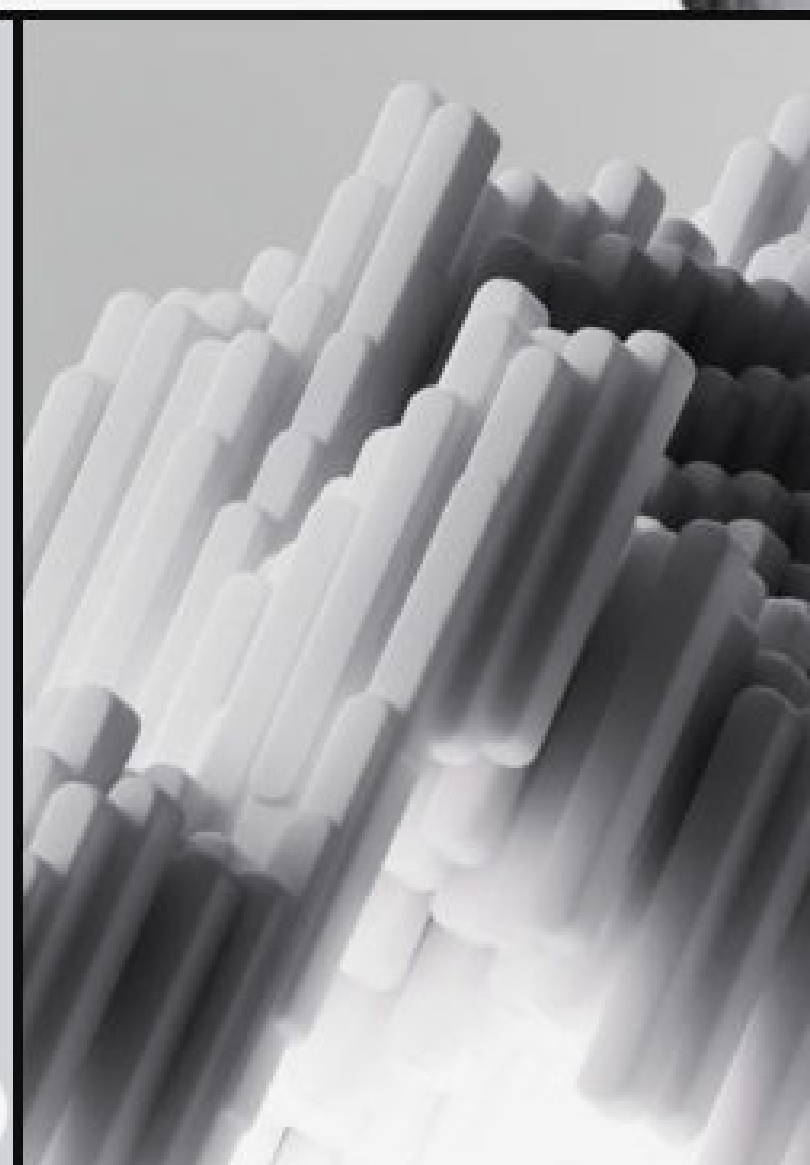
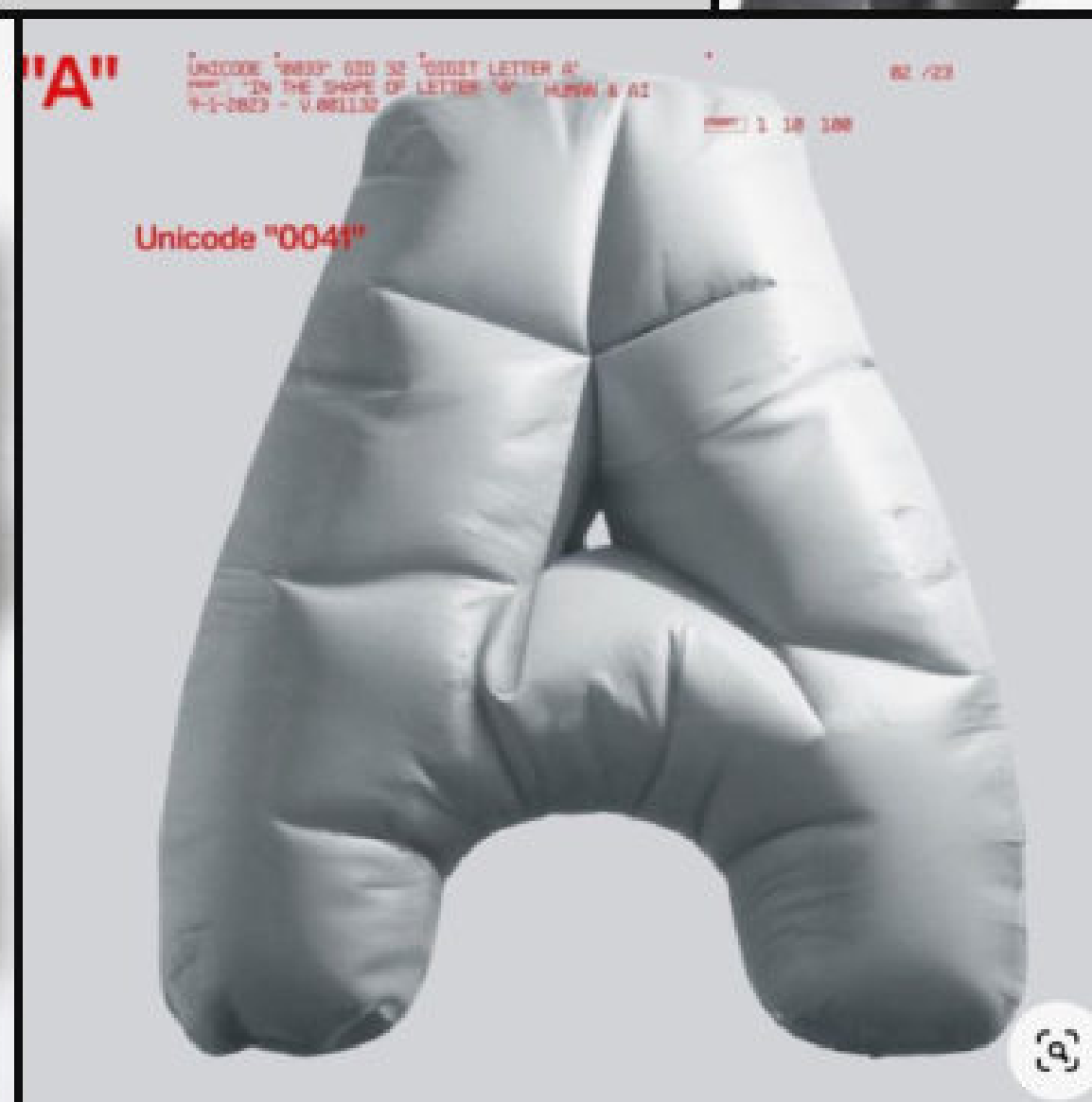


3d mix up

Та же интеграция 3D-объектов, но в фотографии и другую статику. Выглядит не менее эффектно, но используется на российском рынке реже.

#псевдореальный

03. Design

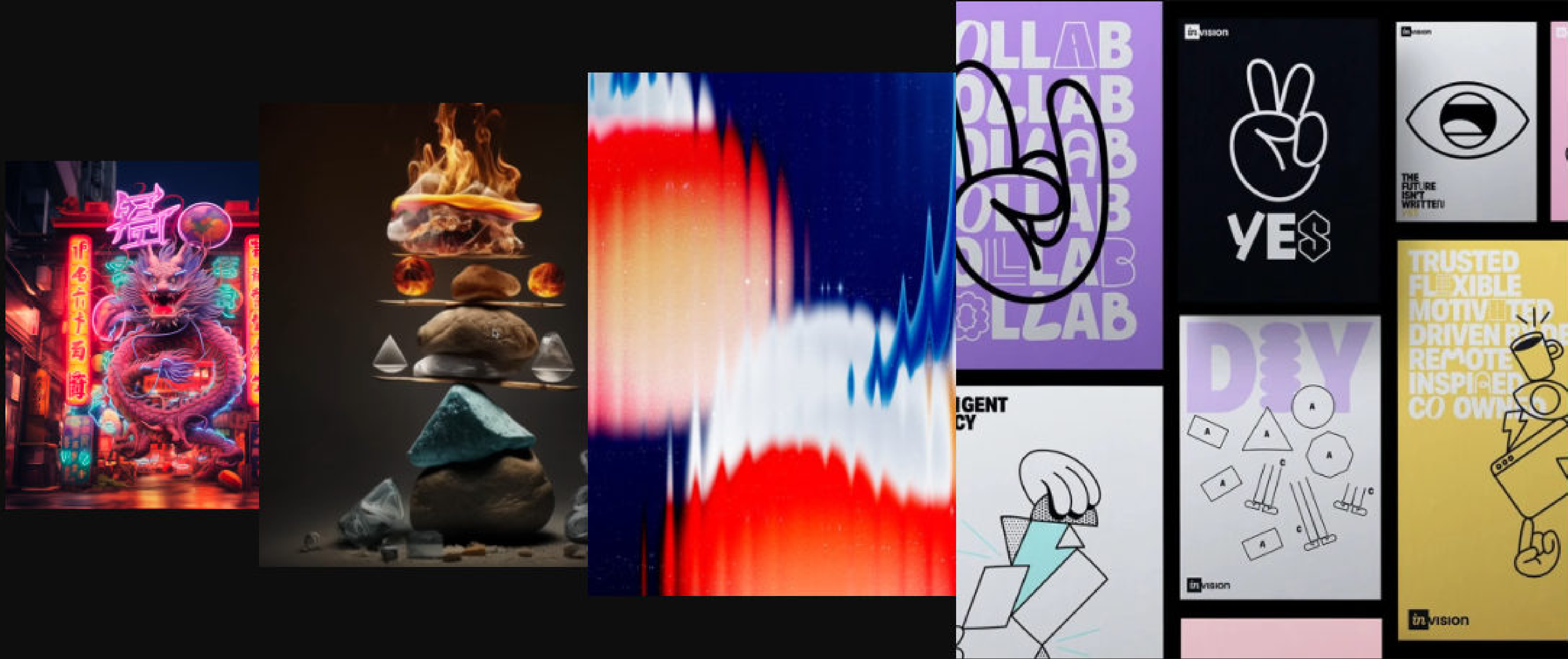


реальные материалы

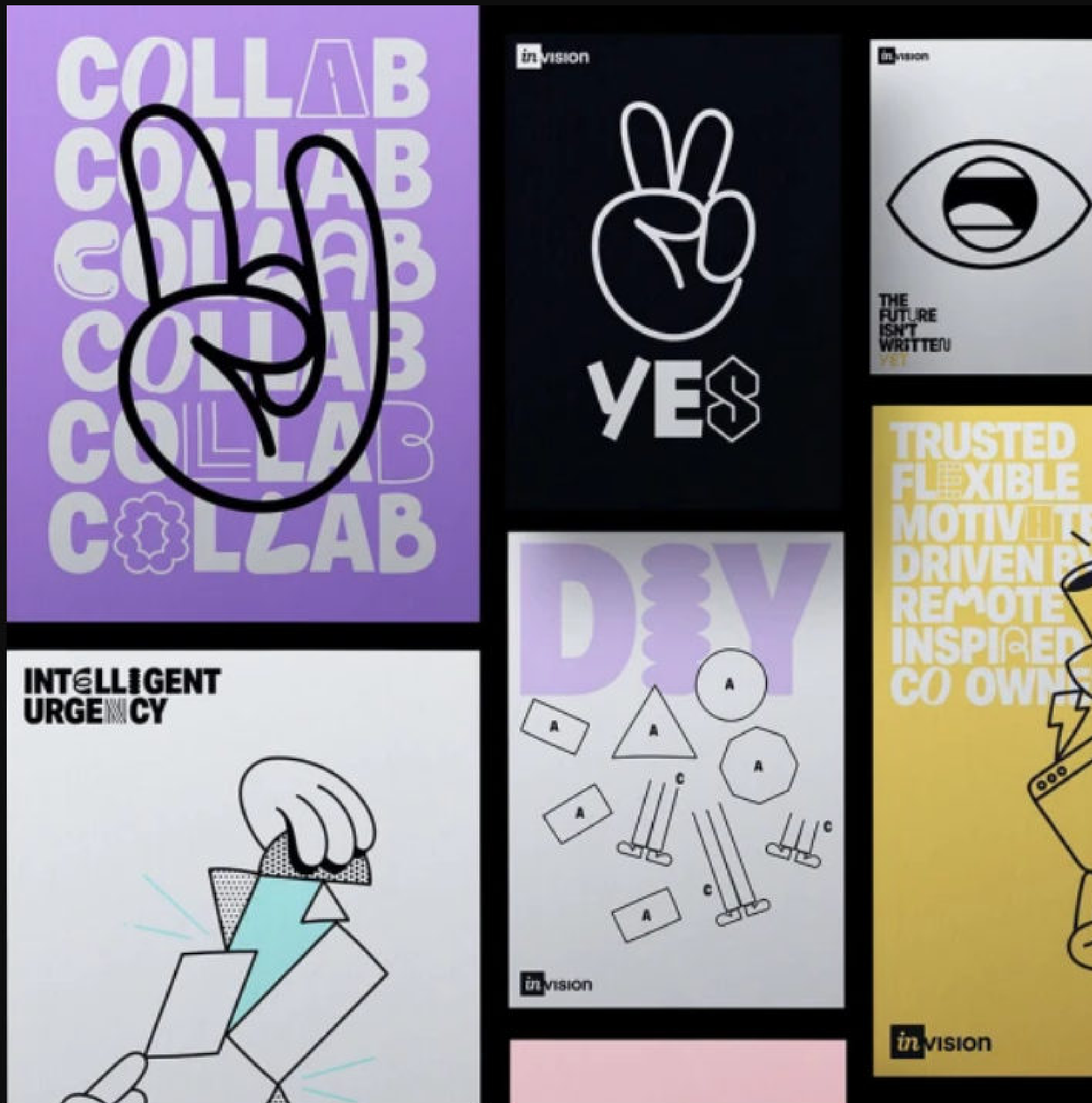
На смену матовым полимерам приходят бытовые материалы: бетон, стекло, фольга, металл — всё, что мы видим в реальной жизни.

#естественный #брутальный

Ещё 4 тренда / 2024



03. Design



doodles

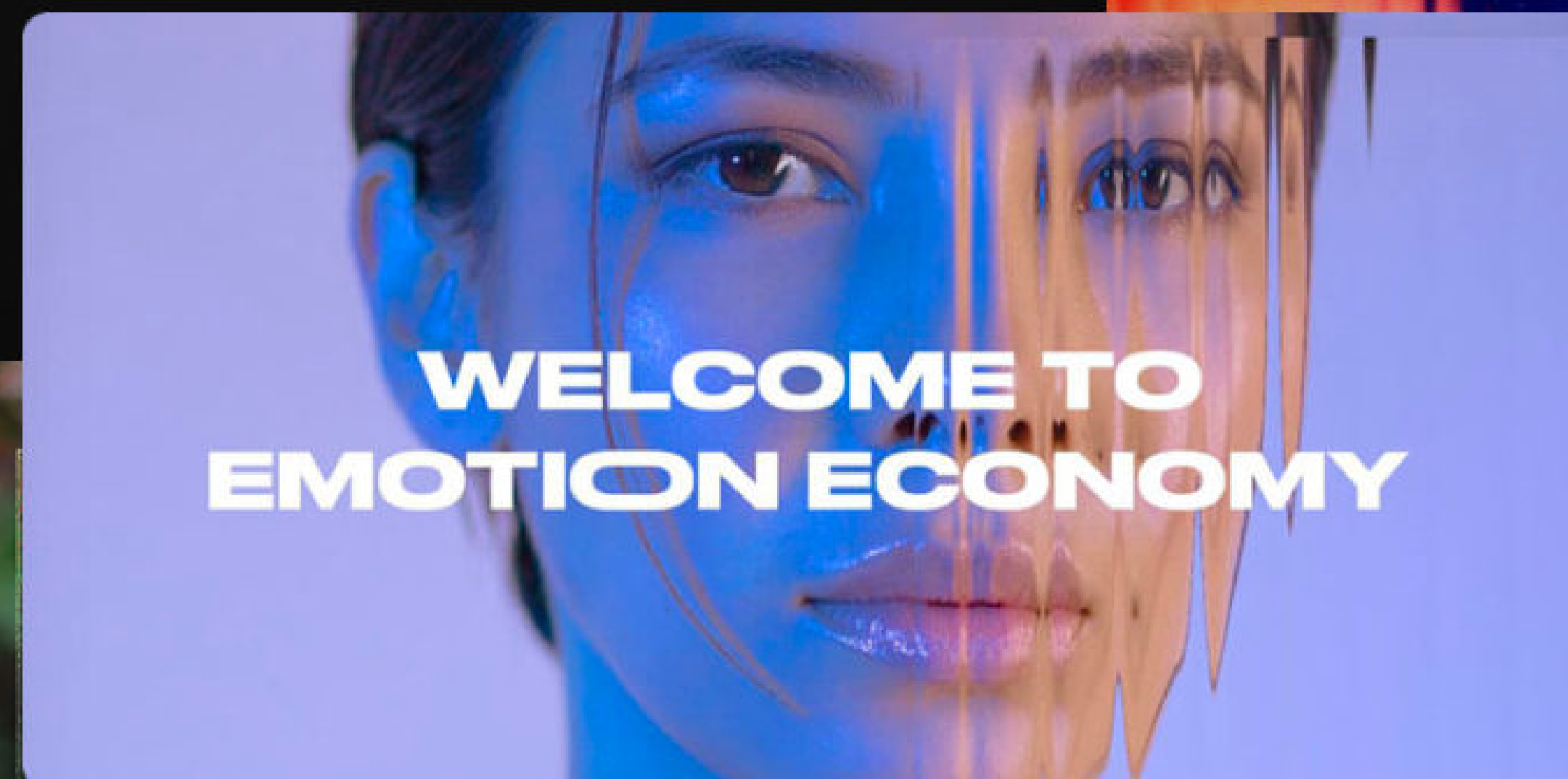
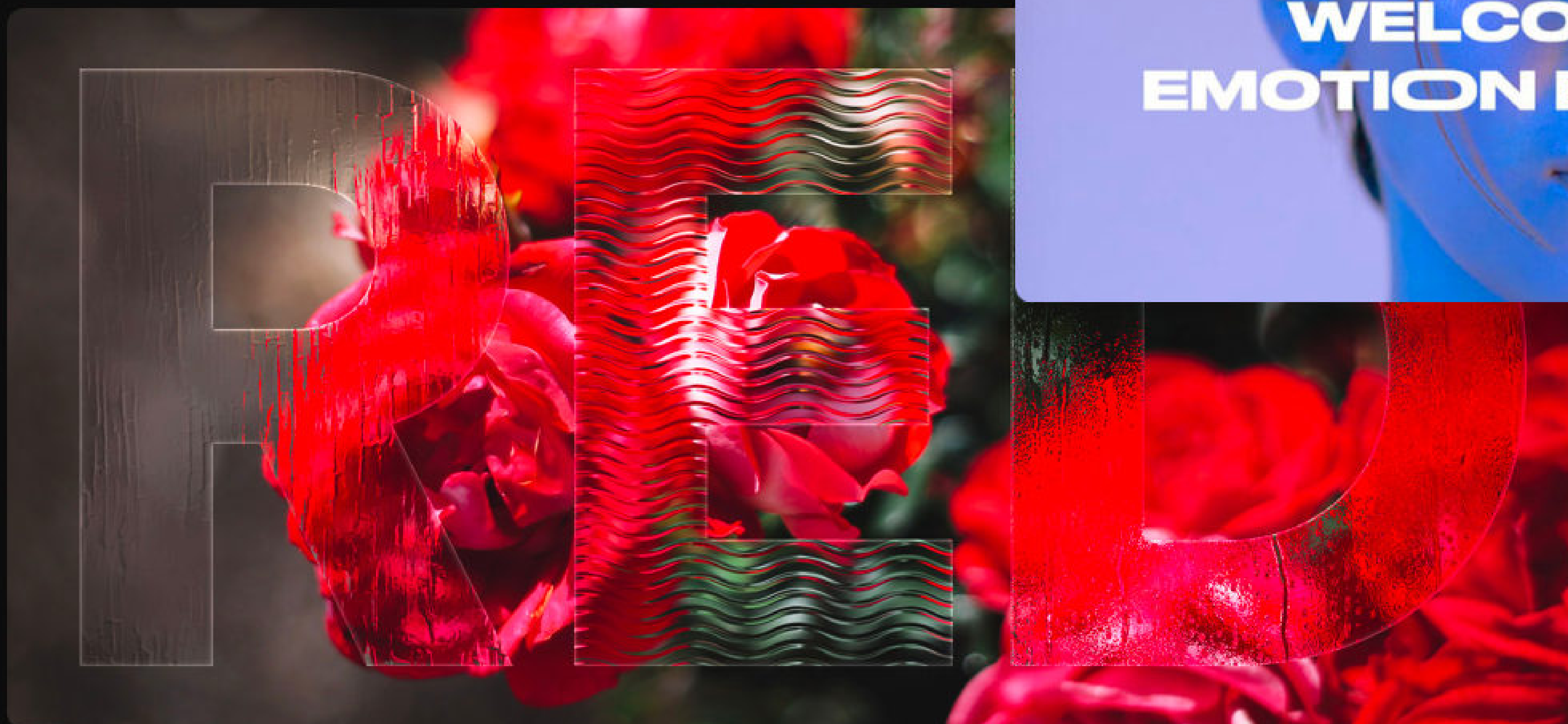
Зарисовки, как бы сделанные от руки, продолжают быть в тренде. Они приносят даже в самый brutalный дизайн нотки наивности, игривости и дружелюбия.

#скетчи #рисунки #наивный

redeem glass

Или ребристое стекло. Обычному стекломорфизму дизайнеры всё чаще предпочитают текстурное стекло, чтобы эффектно выделить визуал из массы.

#текстуры #псевдореальный





ai art

Генеративные арты — и статика, и видео, созданные с применением искусственного интеллекта, становятся доступнее и качественнее.

#сюрреалистично #алгоритм





ai morphism

Стиль, в котором дизайнеры и фотографы мимикрируют под искусство, созданное нейросетью.

#нейросетевой #искусство

hateagency



как работать с инфлюенсерами?

04. Инфлюенсеры

Развитие новых форматов / тренд 2024



01.

Бегущая строка
с лайном

02.

Внедрение
в сюжет

03.

Альтроллы
в Telegram

**ИНТЕГРАЦИИ СТАНОВЯТСЯ
ВСЁ БОЛЕЕ НАТИВНЫМИ**

упоминание креативного лайна

Блогер упоминает рекламный продукт в естественной форме, чтобы привлечь внимание зрителей к нему, используя креативный лайн бренда.

Аудитория реже проматывает такое рекламное упоминание, так как вставка обычно достаточно короткая и лаконичная. Стоимость такой интеграции обычно ниже, чем стоимости классических интеграций (например, среднее CPV классической интеграции = 1,5 руб., а нативного формата — 1 руб.*).

#досматриваемость

#кост-эффективность



[!] **Важно**, что это не правило и не работает со всеми блогерами).

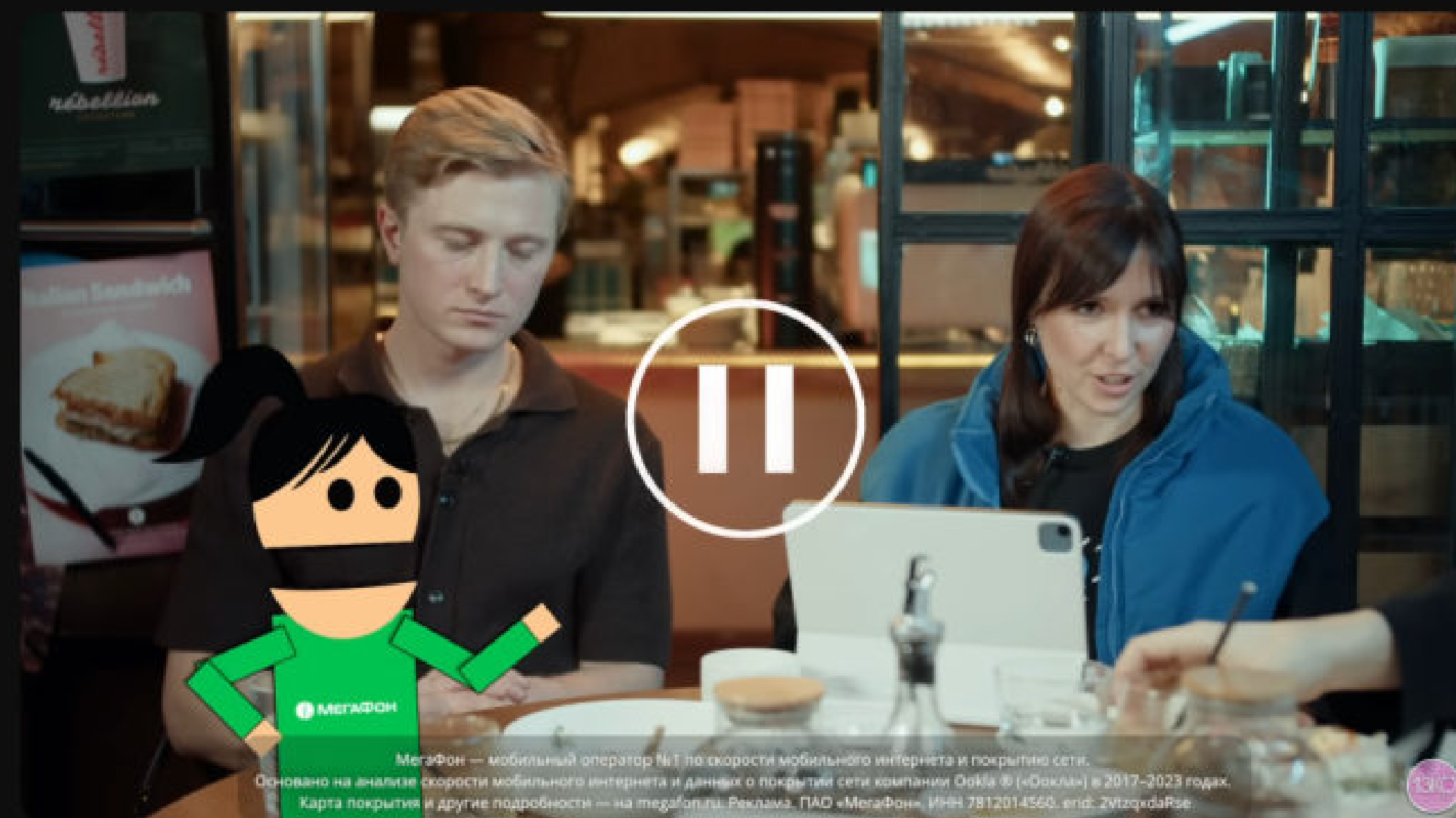
Cut The Crap

креативные вставки на монтаже — графика / ГЗК

Блогер делает голосовую интеграцию на паузе ролика либо без графического изображения, либо с графической анимацией, связанной с брендом.

Креативные вставки — ещё не over-используемый формат интеграции: он не приелся аудитории и поэтому воспринимается положительно.

Такие вставки не проматываются аудиторией, так как они короткие и ёмкие, органичные и цепляют взгляд. Это один из самых простых форматов вставок в реализации, так как блогеру нет необходимости участвовать в съёмке — достаточно записать его голос или отрисовать графику.



#досматриваемость

#новизна #простота_реализации

Ярослава Тринадцатко

внедрение в сюжет игрового шоу

Бренд может внедряться в игровое шоу в виде дополнительного задания, суперсила в игровых карточках — в целом сюжет игры может строиться от продуктовых вводных бренда.

Интеграция непосредственно в игровой сюжет — также не часто используемый формат в инфлюенс-маркетинге (не считая «Вопрос от Aviasales»). Такой формат продакт-плейсмента считается нативным и не воспринимается аудиторией как реклама «в лоб».

#НАТИВНОСТЬ

#новизна #редкость_использования

[!] **Сложности:** такой формат необходимо прорабатывать заранее, а реализация отснятого контента может выйти через один или несколько месяцев после съёмки. Лучше не подстраиваться под ситуативные кампании, а рассказывать про бренд в целом.



Подземелья Чикен Карри

бегущая строка с креативным лайном

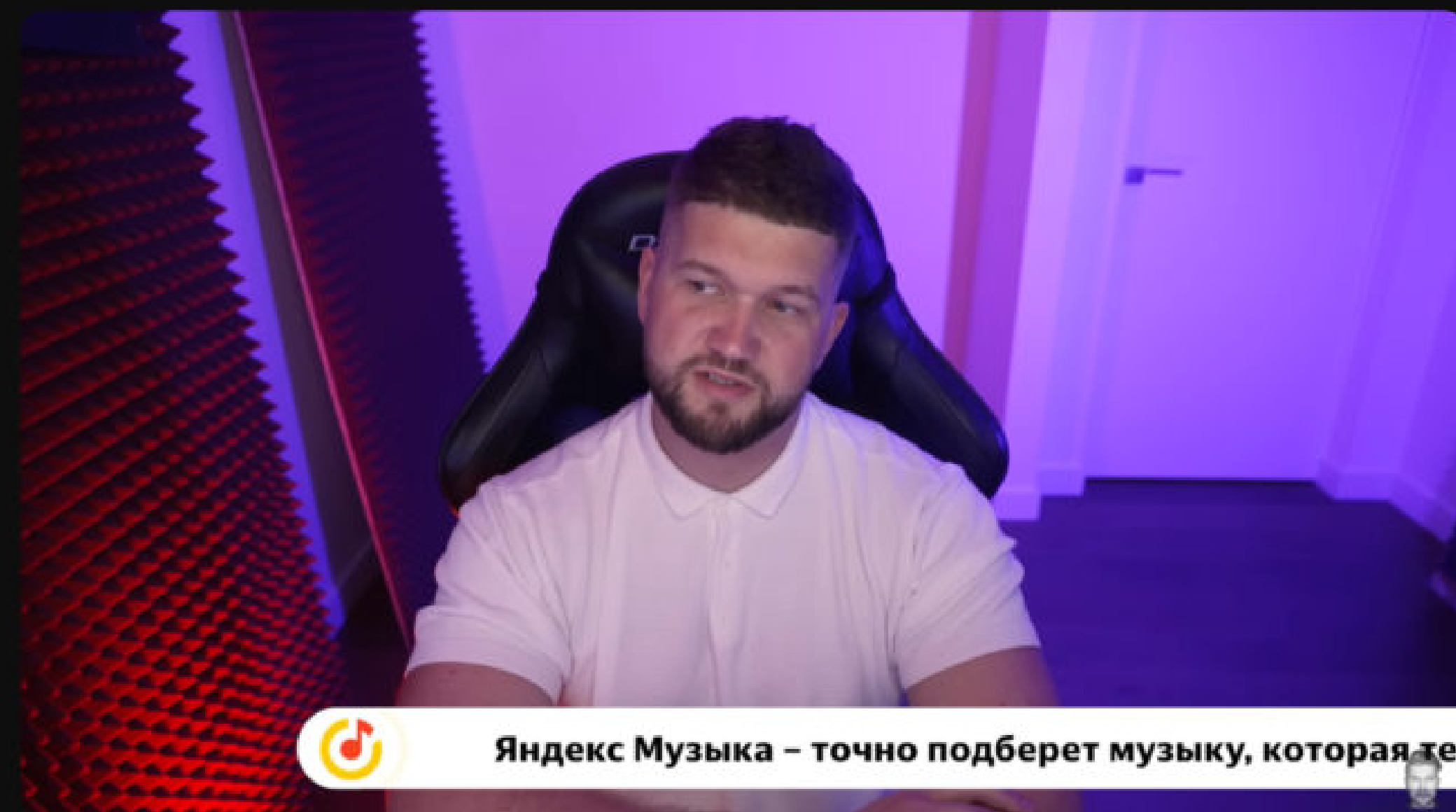
Внедрение бегущей строки с креативным лайном бренда в любой органичный момент в ролике блогера

Данный формат является самым дешёвым форматом нативных интеграций, в рамках которого может быть реализовано любое коммуникационное сообщение.

Кроме того, формат может быть **реализован день в день** при оперативной коммуникации обеих сторон, а также легко оптимизирован под горящие слоты блогеров.

#КОСТ-ЭФФЕКТИВНОСТЬ

#лёгкость #простота_реализации



Приятный Ильдар

альтсроллы в Shorts или Reels

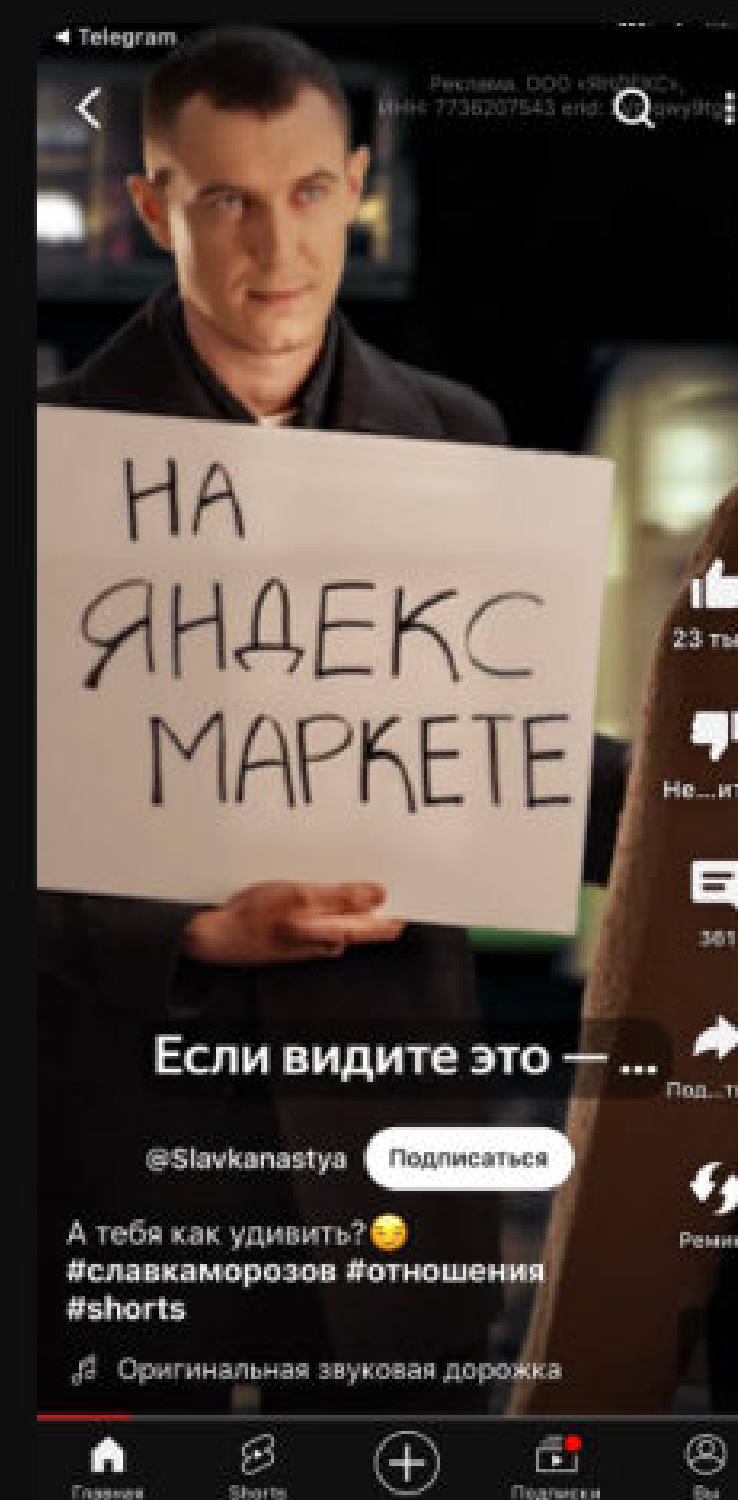
Внедрение короткого продуктового ролика в готовые ролики блогера.

Альтсроллы — более доступная альтернатива полноценным продуктовым роликам, которая может быть **реализована день в день** при оперативной коммуникации всех сторон.

Большой плюс этого формата в том, что немногие бренды на данный момент делают такой формат интеграции, поэтому аудитория ещё не привыкла к нему и хорошо воспринимает неожиданное появление таких роликов.

#КОСТ-ЭФФЕКТИВНОСТЬ

#новизна #простота_реализации



Слава Морозов



Павловы

альтсроллы в Telegram-крусжках

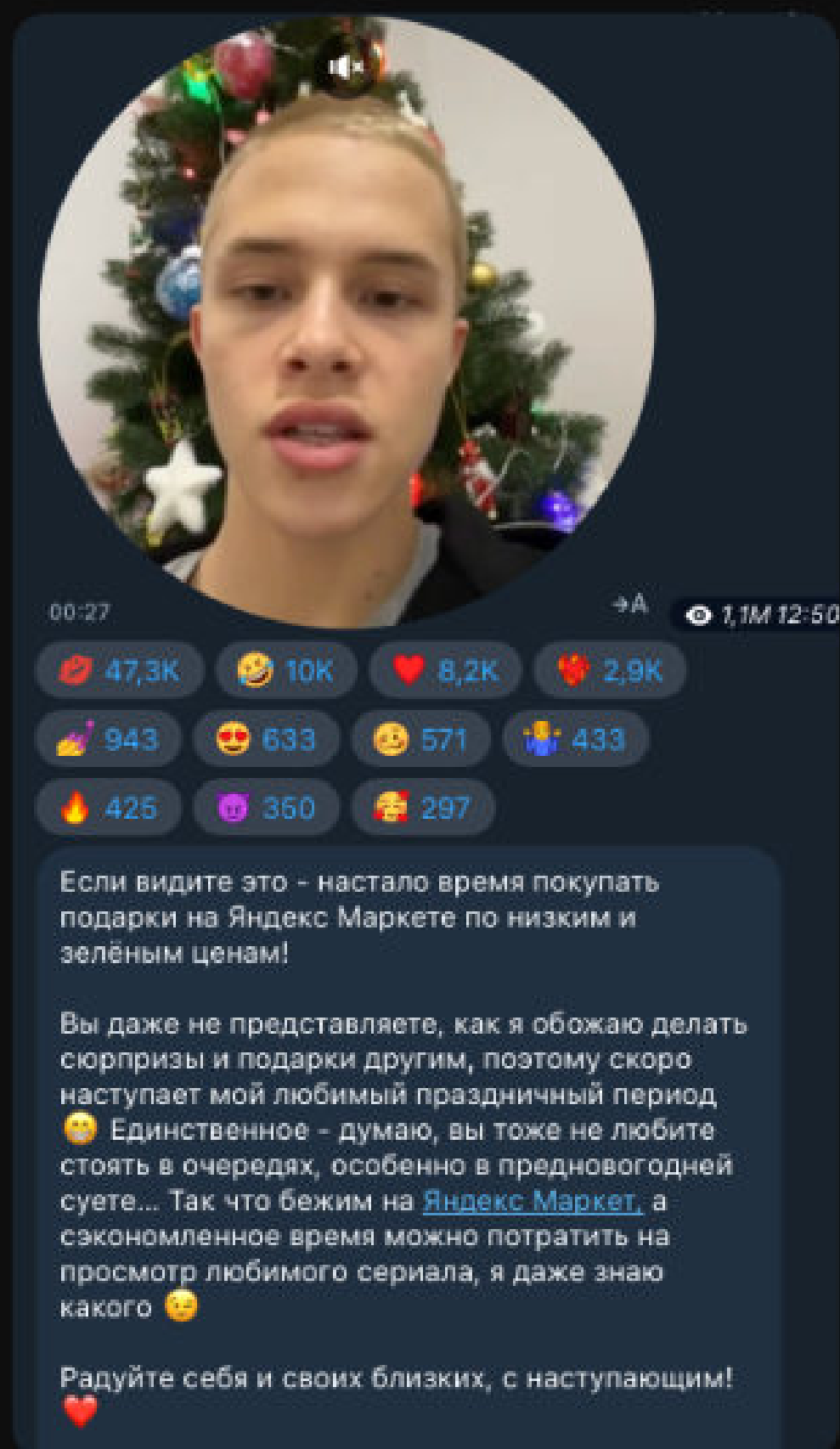
Внедрение короткого продуктового ролика в лайфстайл-контент блогера в Telegram

Альтсроллы в видеосообщениях — совсем новый формат интеграций, который только начинает реализовываться брендами.

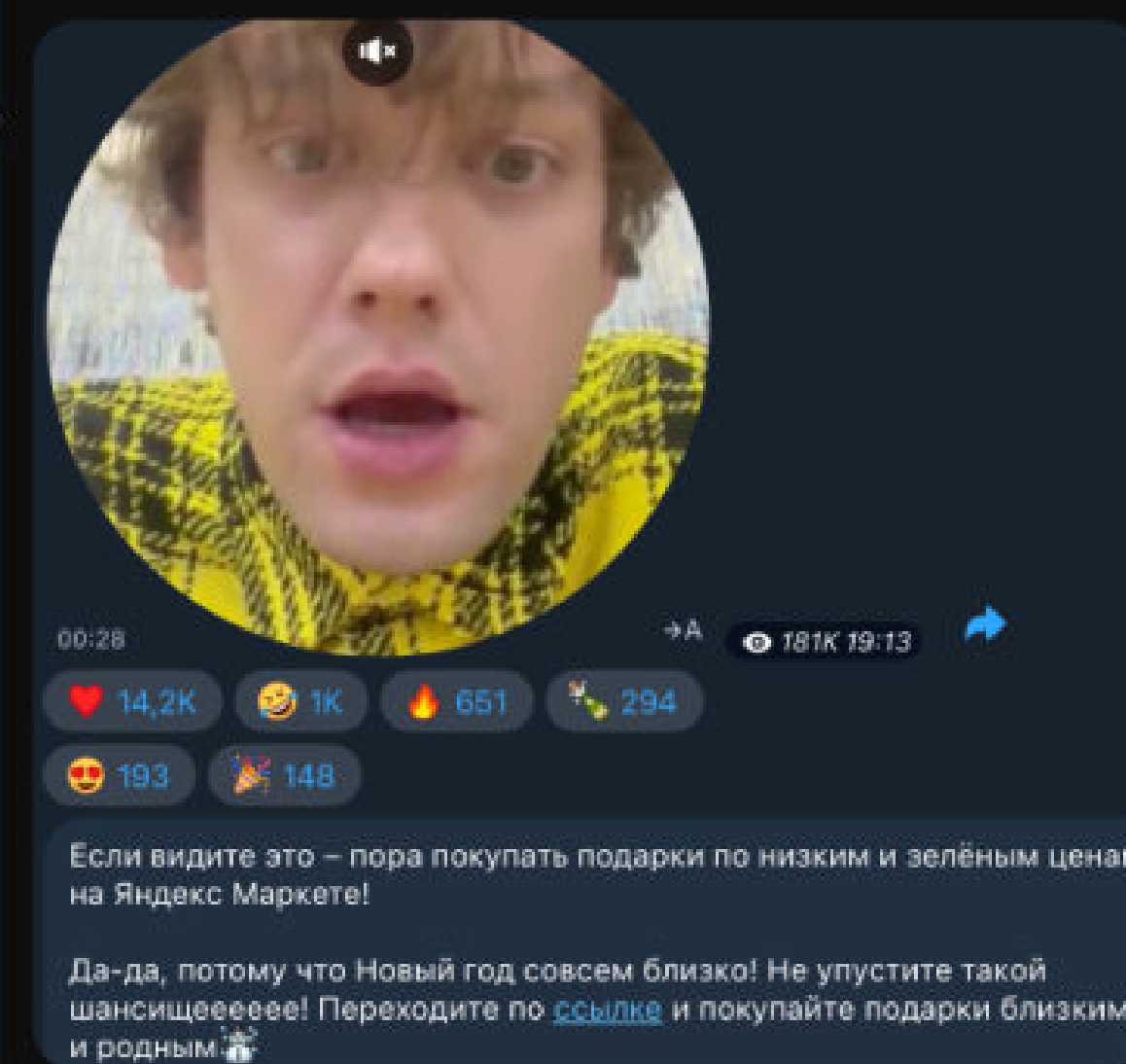
Этот формат особенно органичен, потому что блогер снимает ролик, который будет органичен продуктовому ролику клиента и его коммуникационному послыу.

#КОСТ-ЭФФЕКТИВНОСТЬ
#НОВИЗНА #НАТИВНОСТЬ

Леон Кемстач



Шастун



Резкое появление новых героев / тренд 2024



01.

Новое поколение
рэперов

02.

Актёры-фрешмены
из сериалов

03.

Комики и юмористы-
креаторы

**ЗУМЕРЫ УСКОРЯЮТ
ПОЯВЛЕНИЕ НОВЫХ ЛИЦ**

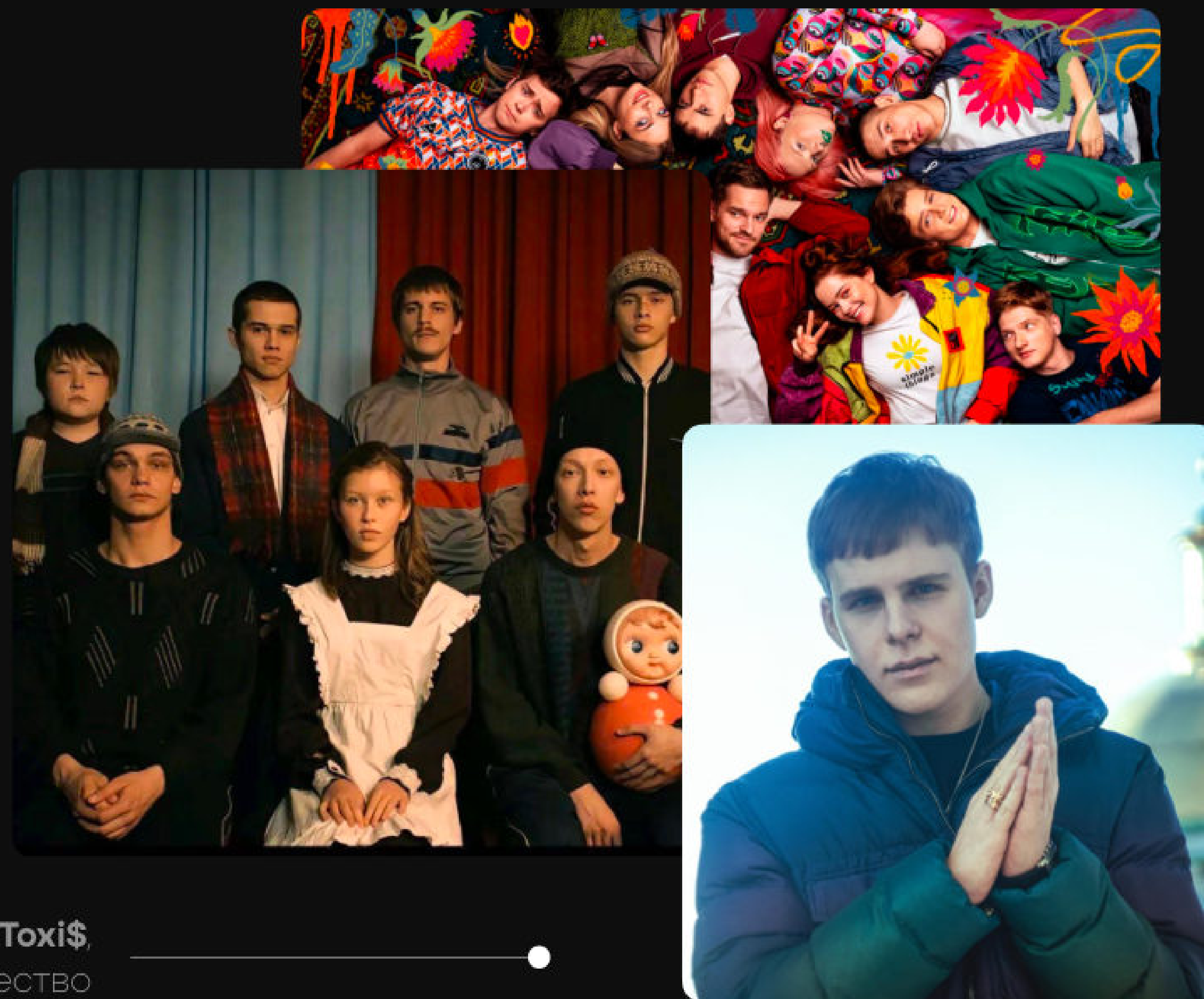
Резкое появление новых героев

Зумеры очень активно начинают следить за новыми, только «вспыхнувшими» лицами.

Так как они потребляют больше всего видео- и музыкального контента в интернете, логичны и категории инфлюенсеров, на которых направлено пристальное внимание gen-Z.

Это актёры, комики, стримеры и музыканты. В основном популярны рэперы.

Пример: харизматичный рэпер **Toxi\$**, который набирает огромное количество просмотров в Instagram.



Коллаборации / тренд 2024



01.

Блогеры вместе
снимают YT-контент

02.

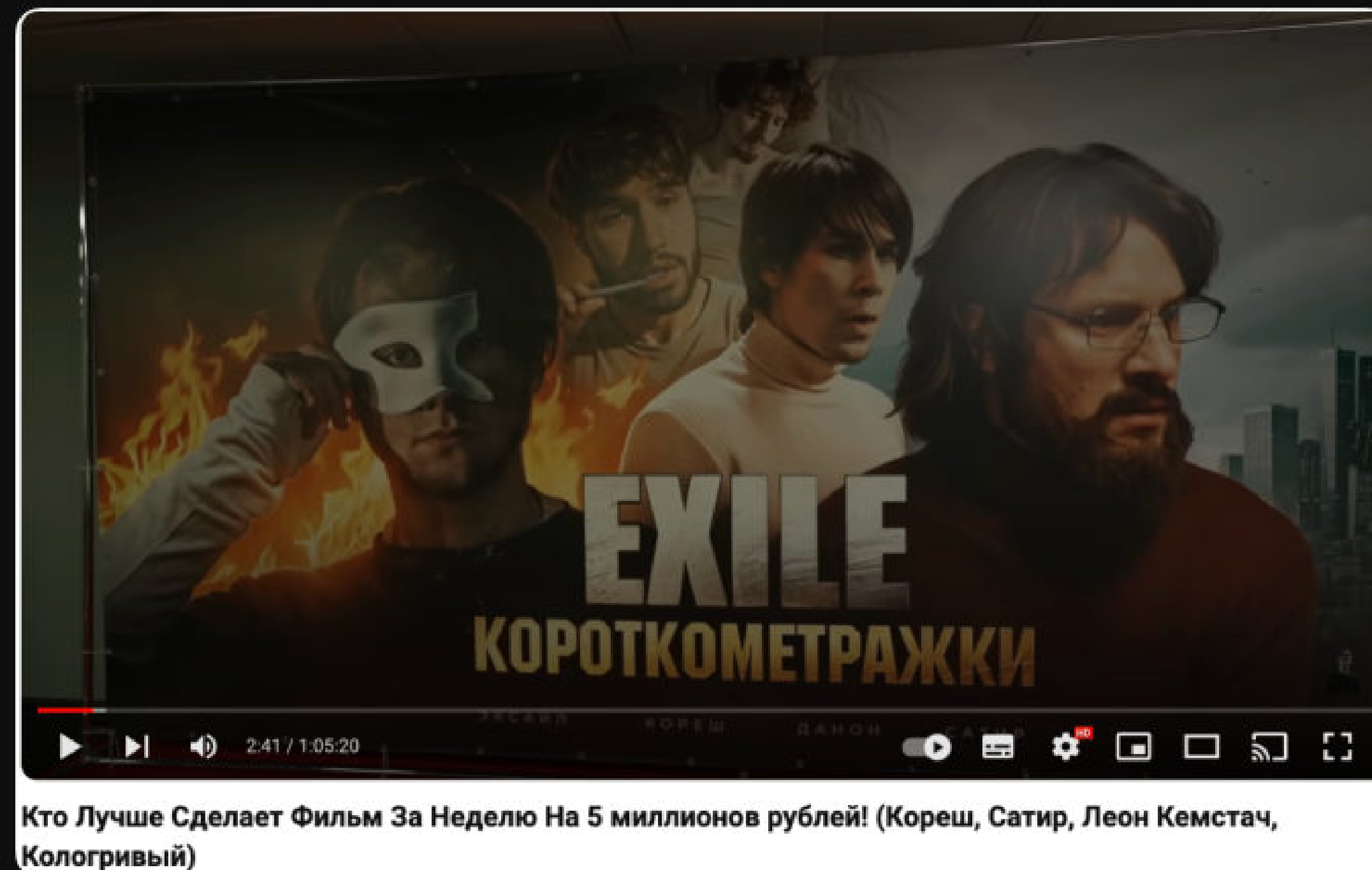
Сотворчество
в контенте

**СОЗДАВАТЬ КОНТЕНТ
ВМЕСТЕ ВЫГОДНЕЕ**

Коллаборации

Большое количество крупных блогеров, стримеров и музыкантов в последнее время создаёт контент в коллаборациях.

Инфлюенсеры не боятся снимать контент вместе и очень быстро реагируют на только что появившиеся новые лица, за счёт которых они также привлекают новую аудиторию.



Кто Лучше Сделает Фильм За Неделю На 5 миллионов рублей! (Кореш, Сатир, Леон Кемстач, Кологривый)

Пример: Exile в конце 2023 года снял ролик про создание лучшего фильма в ограниченные сроки вместе с актёрами «Слово пацана»

Развитие медиаспорта / тренд 2024



01.

Футбол

02.

Баскетбол

03.

И не только

**НОВЫЕ ВПЕЧАТЛЕНИЯ
ДЛЯ ИНФЛЮЕНСЕРОВ**

Развитие медиаспорта

В 2023 году активно продолжило развиваться направление медиафутбольных лиг – например, каналы АМКАЛа и 2Drots набирают огромное количество просмотров.

Также в прошлом году большое внимание потребители уделили Media Basket — шоу, в котором селебрити, музыканты, спортсмены и деятели культуры формировали свои баскетбольные команды и на протяжении нескольких месяцев участвовали в соревнованиях.



На этом всё. Давайте воплощать
тренды в реальность и не бояться
создавать свои.

всегда на связи!

info@hate.agency

hate.agency



