



Poison Drop

**"Молодежь как драйвер роста:
уроки Poison Drop для ювелирного ритейла".**

уже неизбежно и оно всегда наступает вовремя!



Кто не омолодит бренд сегодня — потеряет рынок завтра:

причины замедления

инфляция

высокая ставка

регулирование

конкуренция

новостной фон



**выбираться и
побеждать**



Z — не просто аудитория, а драйвер изменений

- Мобильность, высокая цифровая грамотность, низкий порог выражать мнение, потребность в быстрой обратной связи и прозрачности.
- Они активны в fashion и ювелирных аксессуарах, задают тренды и ожидают персонализированного опыта.
- Открыты к новым брендам через социальные платформы и отзывы друзей.

Ценности и мотивация:

- Самовыражение и индивидуальность: ищут уникальные, персонализируемые вещи.
- Прозрачность и ответственность: ценят этичность происхождения материалов, экологичность.
- Соцсети как источник доверия: мнение инфлюенсеров часто важнее громких рекламных кампаний.



Портрет молодого покупателя: ценности и привычки

- **Mix & Match:** Спокойно сочетают люкс с бижутерией и пластиком. Главное — уникальность стиля.
- **Импульсивность и скорость:** Хотят увидеть тренд в соцсетях и купить его в один клик.
- **Ценностный выбор:** Поддерживают локальные бренды, гендерно-нейтральный дизайн и инклюзивность.
- **Визуальный голод:** Покупают там, где красиво: от эстетичного сайта до фотогеничной упаковки.

Революция в форматах :



- **Концепция универмага:** Отказ от скучных прилавков в пользу динамичной «редакторской» подборки.
- **Единая витрина:** Соседство мировых брендов, нишевых дизайнеров и собственной торговой марки (СТМ).
- **Омниканальность:** Бесшовный переход от залипательного мобильного приложения к инстаграмным физическим бутикам.

Открытая выкладка создает новый паттерн потребления, когда покупка превращается в исследование, а не в испытание.



Трансформация коммуникаций и брендинга

Живой контент:

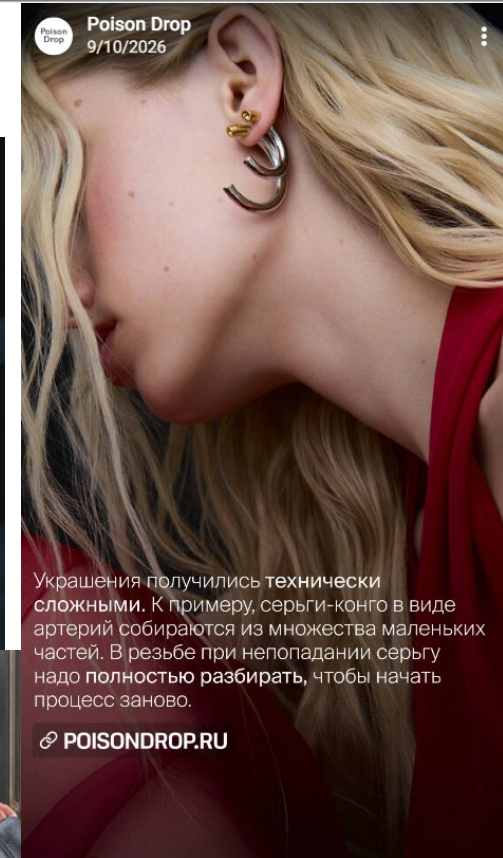
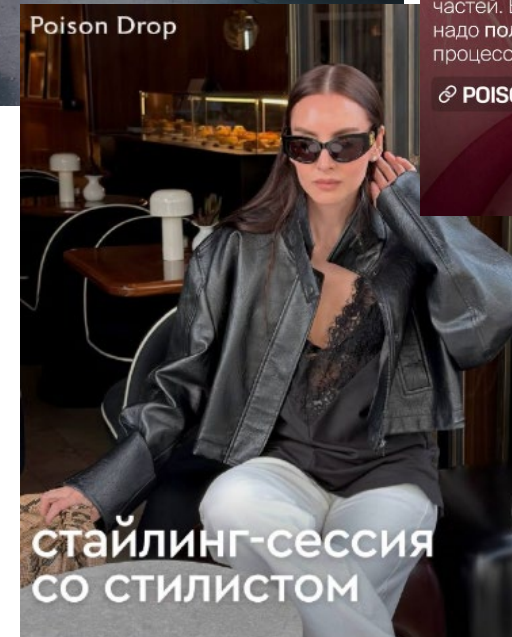
Отказ от вылизанных рекламных кампаний в пользу честных обзоров, Reels, TikTok и Telegram-культуры.

Инфлюенс-маркетинг:

Коллаборации не с недостижимыми звездами, а с микроинфлюенсерами, стилистами и инсайдерами индустрии.

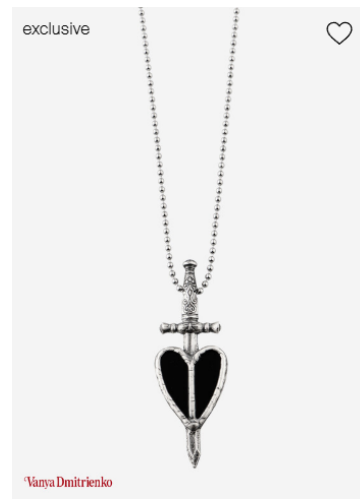
Эмоциональный брендинг:

Продажа не граммов драгметалла, а настроения, иронии и уверенности в себе.



Украшения получились технически сложными. К примеру, серьги-конго в виде артерий собираются из множества маленьких частей. В резьбе при непопадании серьгу надо полностью разбирать, чтобы начать процесс заново.

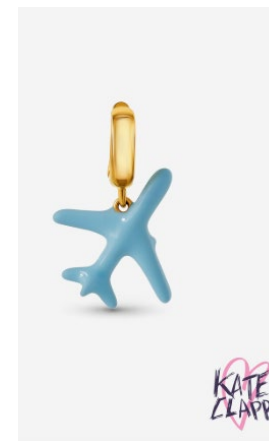
[POISONDROP.RU](https://poisondrop.ru)



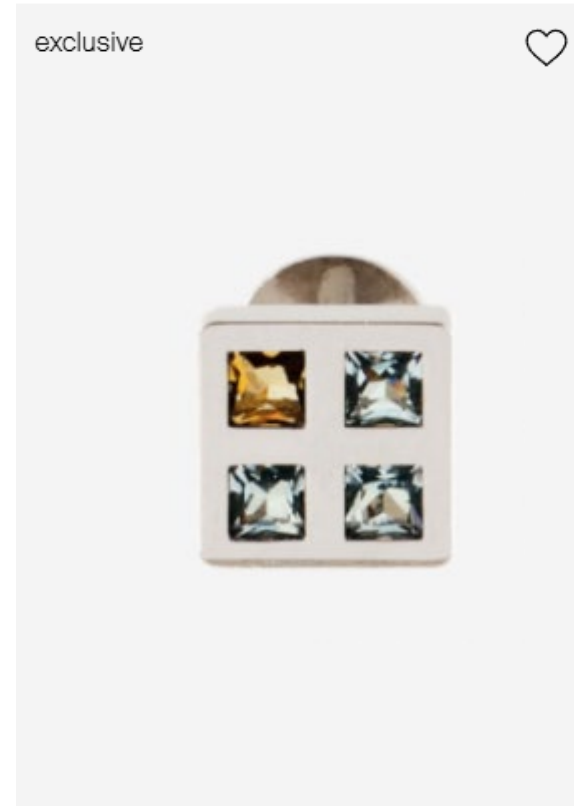
POISONED HEARTS
x vanya dmitrienko кулон сердце рыцаря



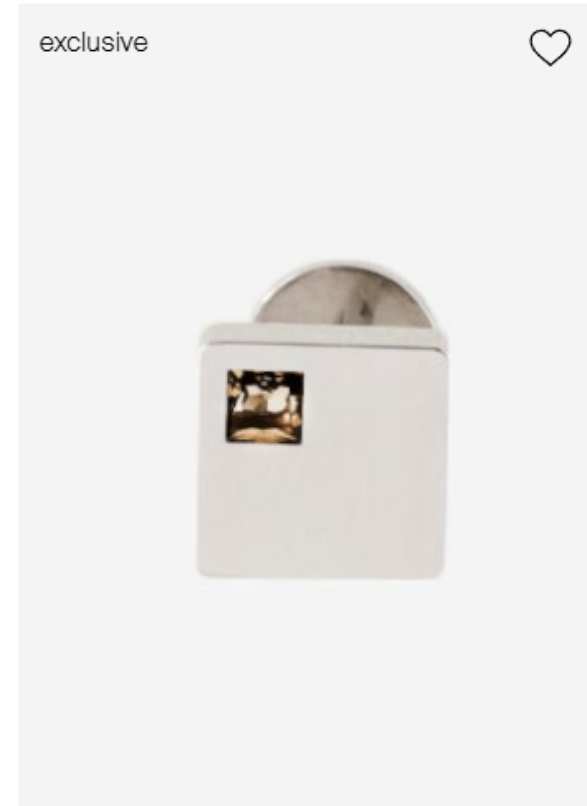
Инвестируйте в сторителлинг. Например, коллаборация с блогером Катей Клэп собрала очередь из 500 человек, потому что за каждым шармом стояла понятная и близкая аудитории история. Рассылка от Poison Drop, где текст написан «речью друга», а не пресс-релизом, стала одним из самых эффективных инструментов на раннем этапе.



кольца свободы

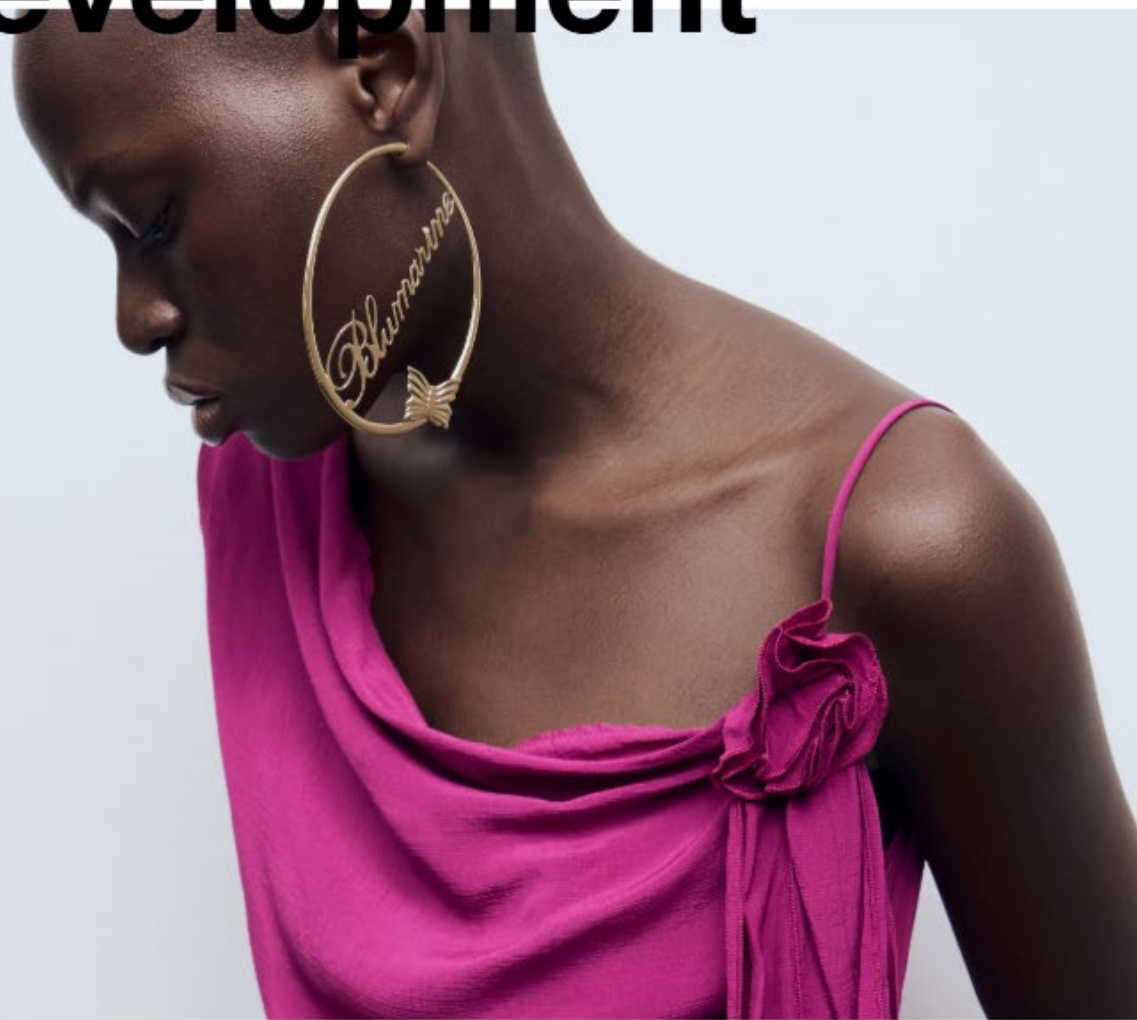


Mates
пирсинг-обещание «окно» из золота



Mates
пирсинг-обещание «форточка» из золота

product development



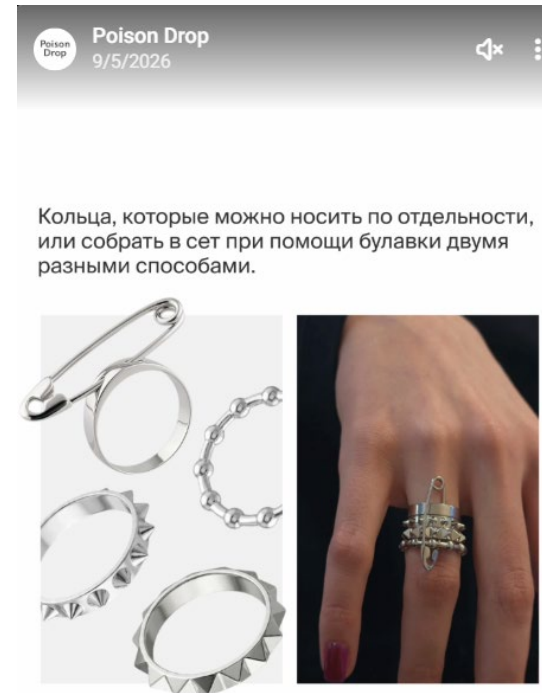
Не ограничивайтесь
перепродажей
чужих брендов.
Создавайте собственные
истории,
которые невозможно
скопировать, и выводите их
в фирменные cornerы.
При этом важно помнить,
что молодежь ценит
несовершенство
и индивидуальность —
Poisoned Hearts строится
именно на этой идее.





Адаптация ассортимента и портфеля брендов:

- **Скаутинг талантов:** Регулярный поиск и быстрый вывод на полку молодых локальных дизайнеров.
- **Запуск СТМ (Собственной торговой марки):** Создание базовых и трендовых линеек с высокой маржинальностью для закрытия пустых ниш.
- **Гибкое капсулирование:** Вместо огромных годовых коллекций — частые тематические дропы (под инфоповоды, сезоны, коллаборации).

[СОБРАТЬ СЕТ](#)

Оптимизация бизнес-процессов:

- **Тестирование гипотез:** Закупка новинок малыми тестовыми партиями (Fast Fashion подход в ювелирке).
- **Умное управление стоком:** Быстрая аналитика продаж и моментальное масштабирование хитов.
- **Отказ от тотальных скидок:** Замена агрессивного промо («-50% на всё») на ценностные предложения: закрытые распродажи для лояльных клиентов, подарки за покупку и геймификацию.



молодежь — это не просто «будущие покупатели», а сегодняшний драйвер, который заставляет индустрию меняться от «продажи каратов» к «продаже эмоций и сопричастности»

