

KANTAR IBOPE MEDIA

Data Stories

Información actual sobre

MARKETING GENERACIONAL: Más allá de la edad



¡Hablemos de generaciones!

GENERACIÓN

X

Nacidos entre
1965-1980



MILLENNIALS O GENERACIÓN

Y

Nacidos entre
1981-1996



CENTENNIALS O GENERACIÓN

Z

Nacidos de 1997
en adelante



Entender el Marketing Generacional

Es indispensable para cualquier industria y negocio, porque es una de las primeras preguntas que nos hacemos cuando estamos construyendo un perfil de consumidor, ya que a la generación a la cual perteneces definitivamente marca las características y hábitos de consumo.



En este orden de ideas comprender
EL MARKETING GENERACIONAL
NOS AYUDA A CUMPLIR 3 PROPÓSITOS:

Marketing Plan



Propósito
1

Dirigir mensajes publicitarios y promocionales a grupos demográficos específicos, basados en su edad y en el momento en que han crecido.



Propósito
2

Dirigirse a los consumidores en función de su generación. Este tipo de marketing tiene en cuenta los valores generacionales, las preferencias de estilo de vida y el comportamiento de compra.



Propósito
3

Realizar una segmentación útil para saber cómo tienden a comportarse los diferentes grupos de consumidores, podemos saber las costumbres de compra, las actividades que les gustan, etc. Todo con el fin de aplicar la mejor estrategia de marketing a cada grupo específico.

Utilizar el factor de la edad para estudiar a los grupos generacionales es indispensable para entender cuáles son sus diferencias de consumo.

LA GENERACIÓN

X

Nacidos entre
1965 y 1980



¡Insight!

Los miembros de la Generación X son conocidos por su independencia y su enfoque en el trabajo. También son más propensos a investigar y comparar productos antes de tomar una decisión de compra.

CARACTERÍSTICAS IMPORTANTES

- Es una generación de transición.
- Son reflexivos y se cuestionan.
- Vivieron el surgimiento del internet.
- Buscan el balance trabajo- vida.
- Valoran la capacitación.

Las frases con las cuales **MÁS** SE IDENTIFICA LA GENERACIÓN X son:



91%

Disfruto pasar tiempo
con mi familia.

90%

Es muy importante
estar bien informado.

84%

Me considero una
persona creativa.

83%

busco tanta información
como sea posible sobre un
aparato electrónico
antes de comprarlo.

60%

Me gusta tener gran
selección de
canales de tv.

47%

escucho radio cuando
necesito una actualización
rápida de noticias.

45%

confío en la televisión
para mantenerme informado.

40%

La televisión es
mi principal fuente
de entretenimiento.

LA GENERACIÓN Y o Millennials Nacidos entre 1981 y 1996

¡Insight!

Los miembros de la Generación Y son conocidos por su conectividad y su apreciación por la experiencia y la personalización.

CARACTERÍSTICAS IMPORTANTES

- Están orientados al emprendimiento.
- Le dan prioridad a la calidad de vida.
- Utilizan activamente las redes sociales.
- Tienen un sentido crítico y exigente.

Las frases con las cuales **MÁS** SE IDENTIFICA LA GENERACIÓN Y son:



89%

Es muy importante
estar bien informado.

88%

Estoy buscando
oportunidades de obtener
ingresos adicionales
más allá de mi trabajo habitual.

84%

Me gustaría viajar y
conocer lugares exóticos.

80%

Quiero escalar a la cima
más alta en mi carrera.

79%

Siempre verifico las fuentes
de información que recibo
por whatsapp, messenger
y redes sociales.

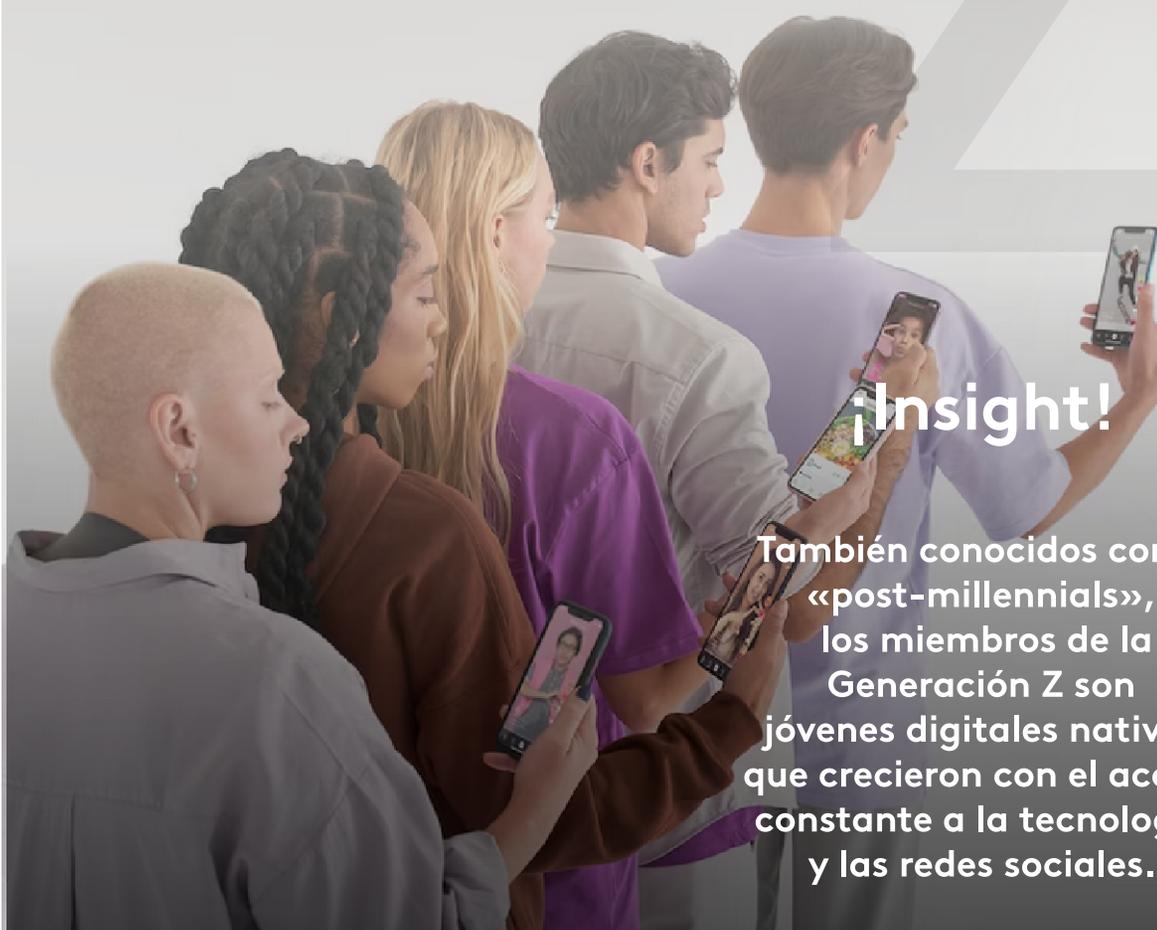
78%

A menudo descubro primero,
noticias y eventos de última hora
a través de los sitios de
redes sociales.



LA GENERACIÓN o Centennials **Z**

Nacidos de **1997** en adelante



¡Insight!

También conocidos como «post-millennials», los miembros de la Generación Z son jóvenes digitales nativos que crecieron con el acceso constante a la tecnología y las redes sociales.

CARACTERÍSTICAS IMPORTANTES

- Su medio de comunicación predilecto son las redes sociales.
- Son impacientes (buscan resultados inmediatos).
- Tienen dependencia a la tecnología ya que su acercamiento a ella ha sido desde la niñez.
- Aprenden rápido y de forma autodidacta.
- Son muy visuales, prefieren las imágenes antes que leer textos.
- Prefieren el consumo ético.

Las frases con las cuales **MÁS** SE IDENTIFICA LA GENERACIÓN Z son:



82%

Me gustaría empezar
mi propio **negocio** algún día.

80%

Me gustaría emprender
una vida de **aventuras,**
novedades y **cambios.**

76%

Internet es mi principal
fuente de entretenimiento.

58%

Me gusta tomar **riesgos.**

51%

La publicidad influye
en mis decisiones de compra.

39%

Compro online
porque no me
gusta ir a las tiendas.

38%

Confío en los periódicos
para mantenerme informado.



KANTAR IBOPE MEDIA

¡Importante!

En Kantar IBOPE Media ofrecemos soluciones para entender el comportamiento y hábitos de consumo de las diferentes GENERACIONES.

Proporcionando un estudio basado en las opiniones y actitudes de las personas que permitirá fortalecer el perfilamiento de los públicos objetivos.

Para conocer más acerca de Target Group Index y dar solución a las necesidades específicas de cada mercado, puedes ponerte en contacto con nosotros a través del correo:

notificaciones.colombia@kantariibopemedia.com

