

# Az egyes generációk információszerzési módszerei és megszólításuk – dióhéjban

BABY BOOMER

GEN X

GEN Y

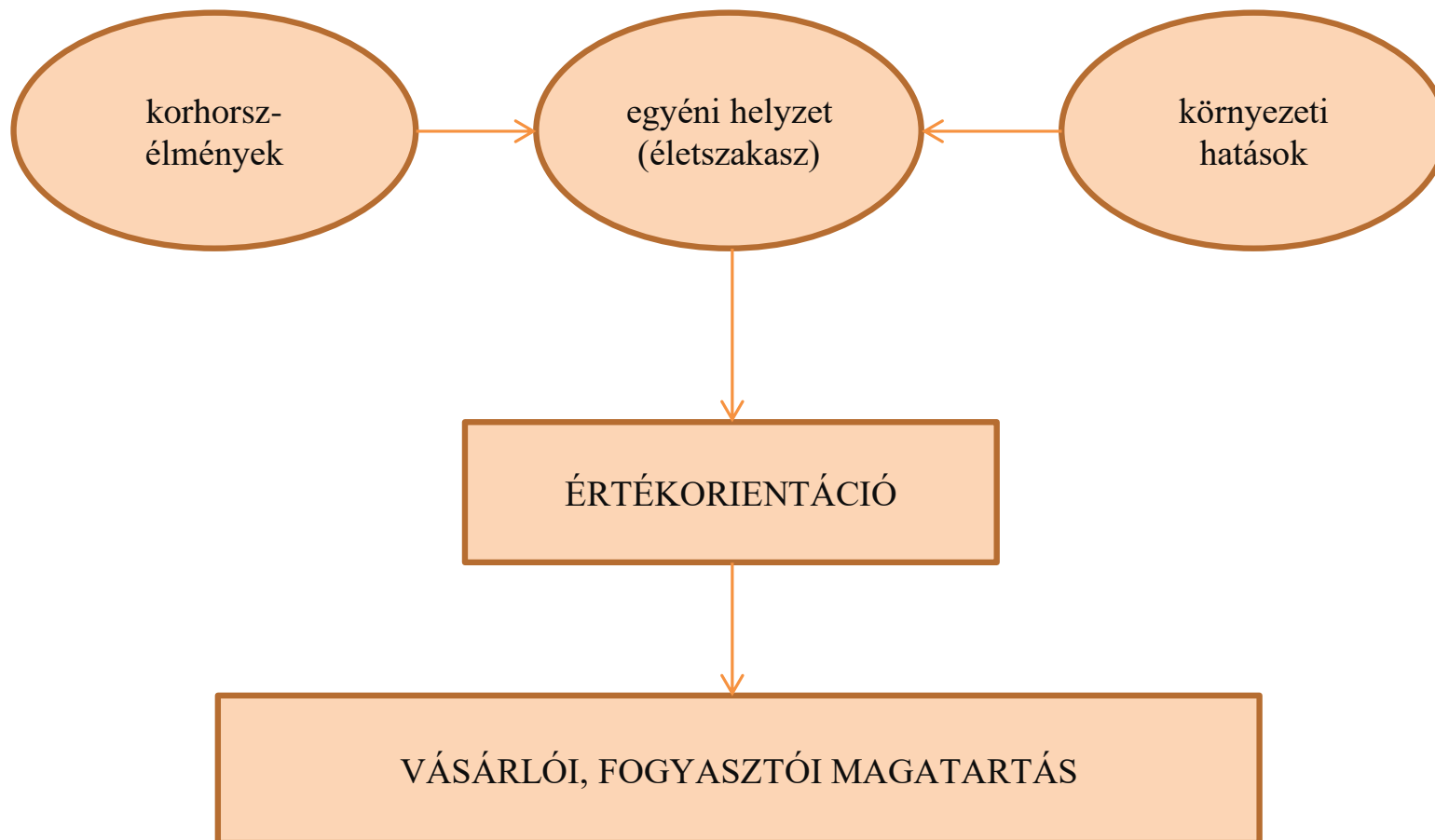
GEN Z



# Vázlat

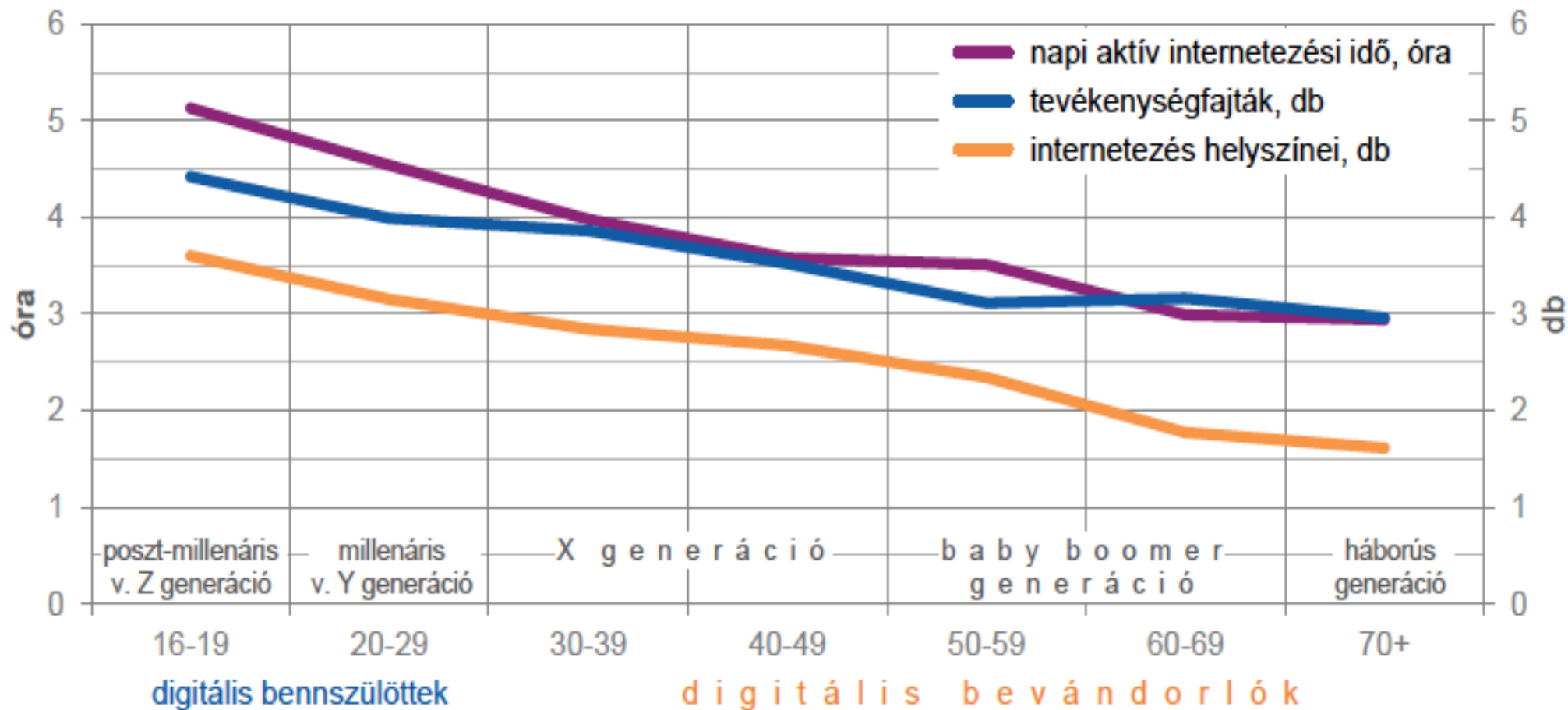
- Generációelmélet – kohorszok
- Általános jellemzők
- Veteránok
- Ratkó korszak
- X generáció
- Y generáció
- Z generáció
- Alfa generáció

# Hogyan válik generációs fogyasztóvá az egyén?





Általános jellemzők



### Generációk és internet

*Forrás: HNMM, Lakossági internethasználat 2018*

# VETERÁNOK

- 73 évnél idősebbek
- Legboldogabb generáció

2018

FIAM,  
TALÁLTAM EGY RÉGI  
KÉPET A  
NAGYPAPÁDRÓL



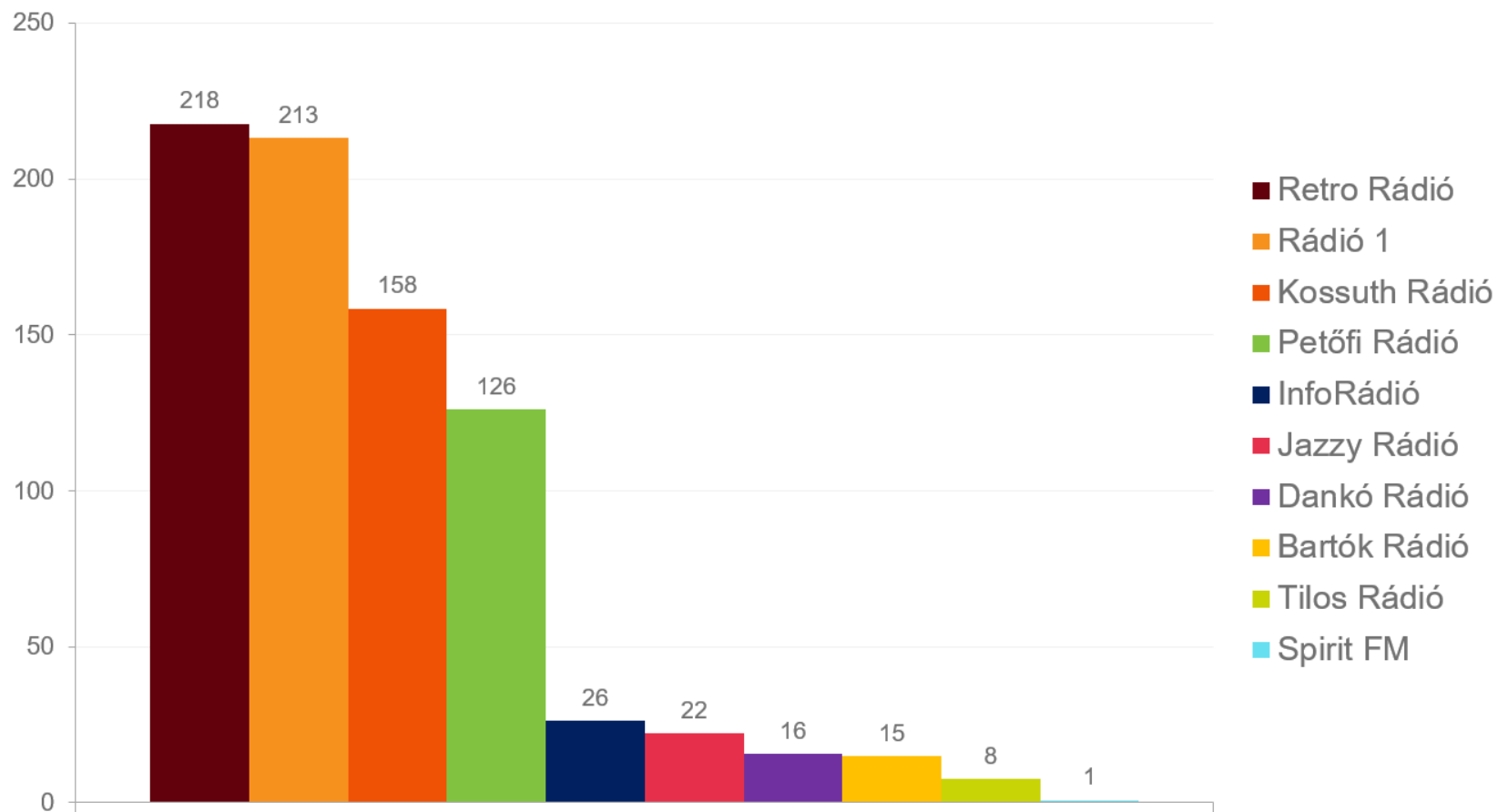
2060

FIAM,  
TALÁLTAM EGY RÉGI  
KÉPET A  
NAGYPAPÁDRÓL

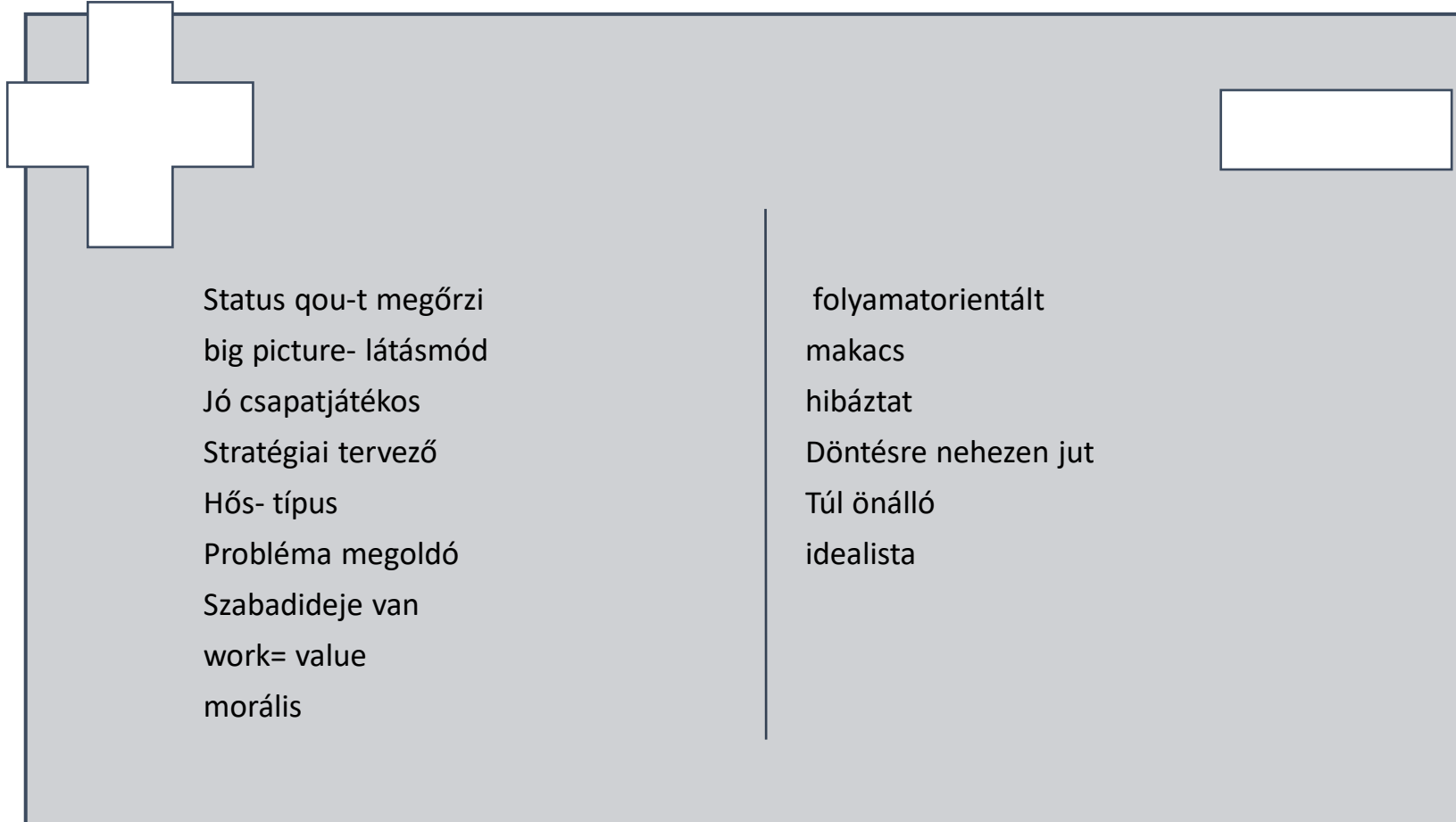


# Hogyan érhetőek el? V

- Személyesen, telefon, posta
- tévé
- Rádió



# Ratkó-korszak (Baby Boomer)



## Gyerekkor:

- Kötelezettségek
- Parancs
- konszenzus

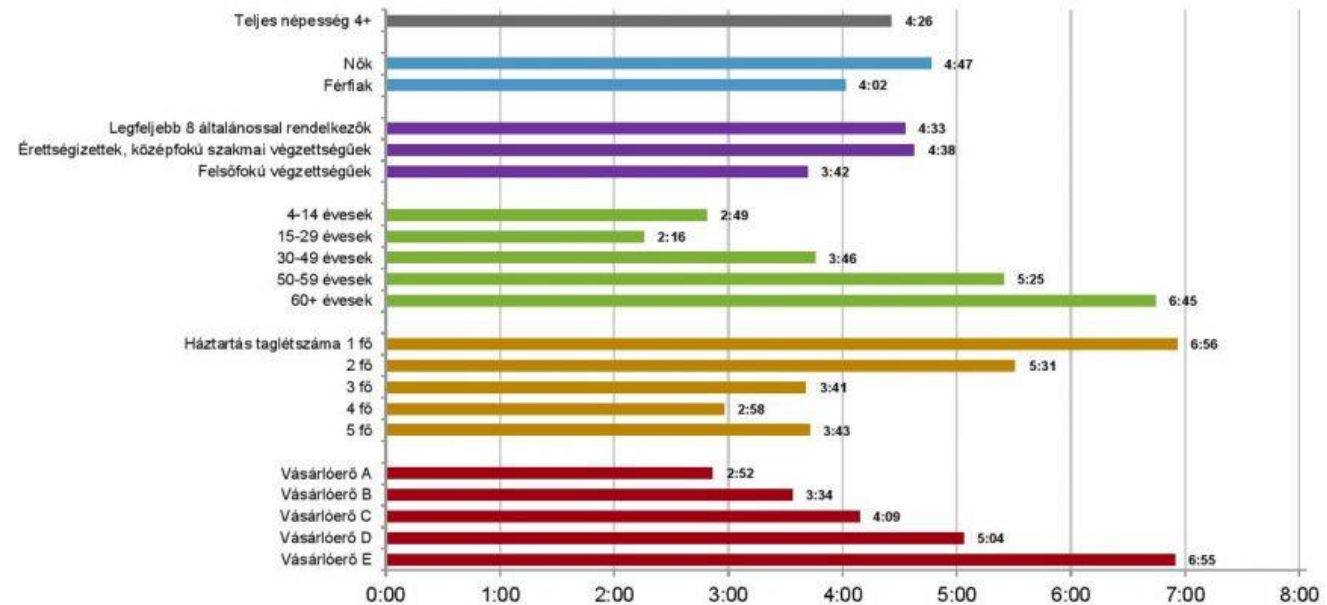


# Hogyan érhetőek el? BB

- Tv
- Rádió
- Online hirdetés

## EGY FŐRE JUTÓ NAPI ÁTLAGOS TÉVÉNÉZÉSI IDŐ

2019. II. negyedév; Live+Playback adatok; bázis célcsoport: teljes népesség 4+; Total TV



# X Generation

Gyerekkori élmények:  
vallásnélküliség  
Bűnözés nőtt  
Gyengülő családi kötelékek

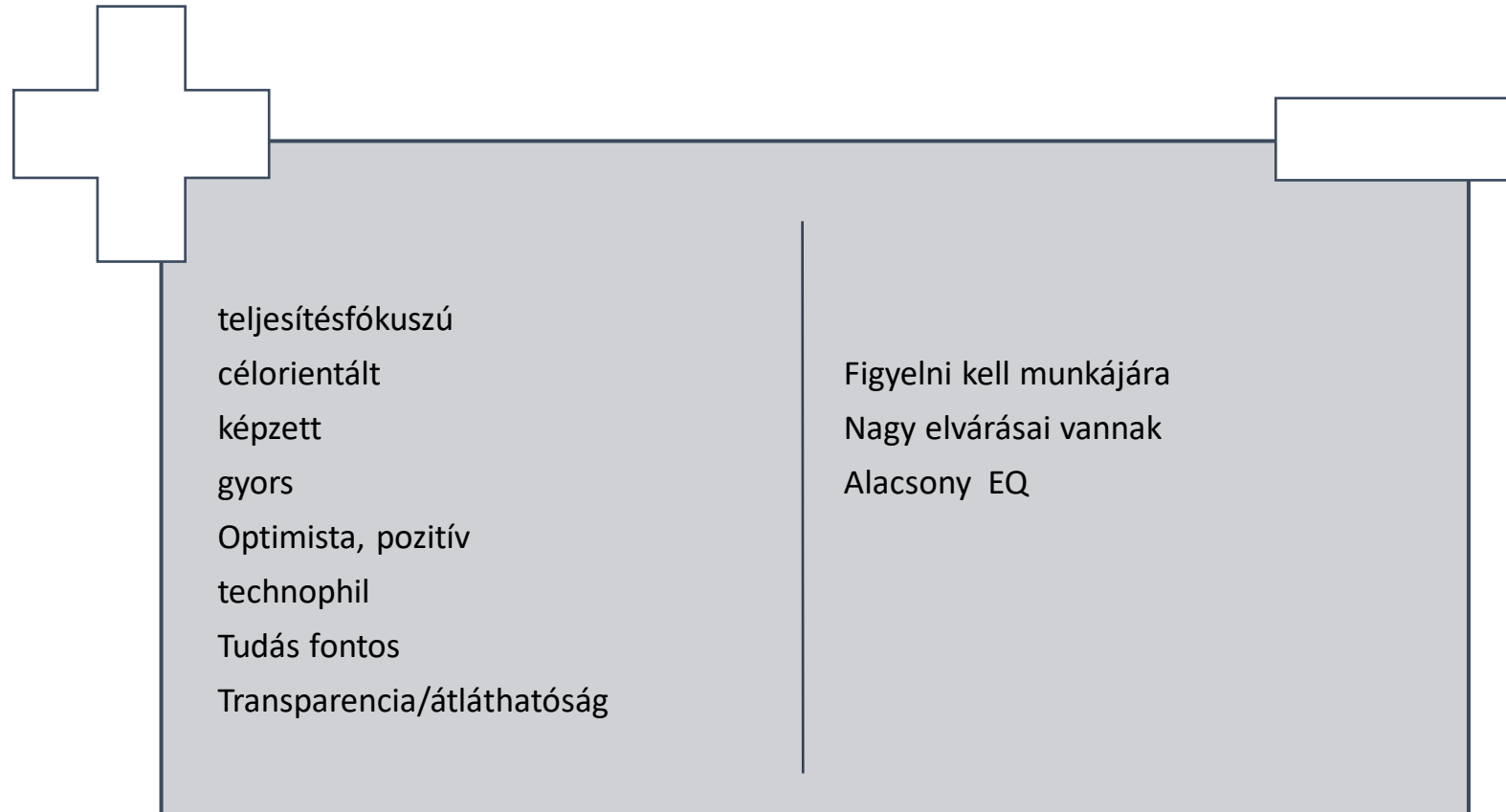
Odaadó, rugalmas  
Szorgalmas, teherbíró  
célorientált  
Jó megoldást kereső  
Család fontos

Cinikus, szkeptikus  
Szigorú szabályokat nem szereti  
türelmetlen  
Soft skill hiány  
kemény

# Hogyan érhetőek el? X

- Tv
- Online hírportálok
- Blogoldalak
- Összehasonlító oldalak

# Y generation



# KÖZÖSSÉGI OLDALAK AKTÍV (HETI) HASZNÁLÓI

						
5 831 000	4 671 000	3 849 000	1 139 000	946 000	715 000	582 000
Mindenki :) (95,6%)	Minden fiatal (76,5%)	Tipikusan fiatalok (<30) zenét és vicces videót	30 alattiak, jómódúak (nagyon sokat fényképeznek)	15-35 éves nők, (tipikusan divat és kiegészítő kategóriában)	Gazdasági elit (közép és felső vezetők, ambiciózus fiatalok)	Trendszeretek (nagyon kevés az aktív posztoló - 2%)

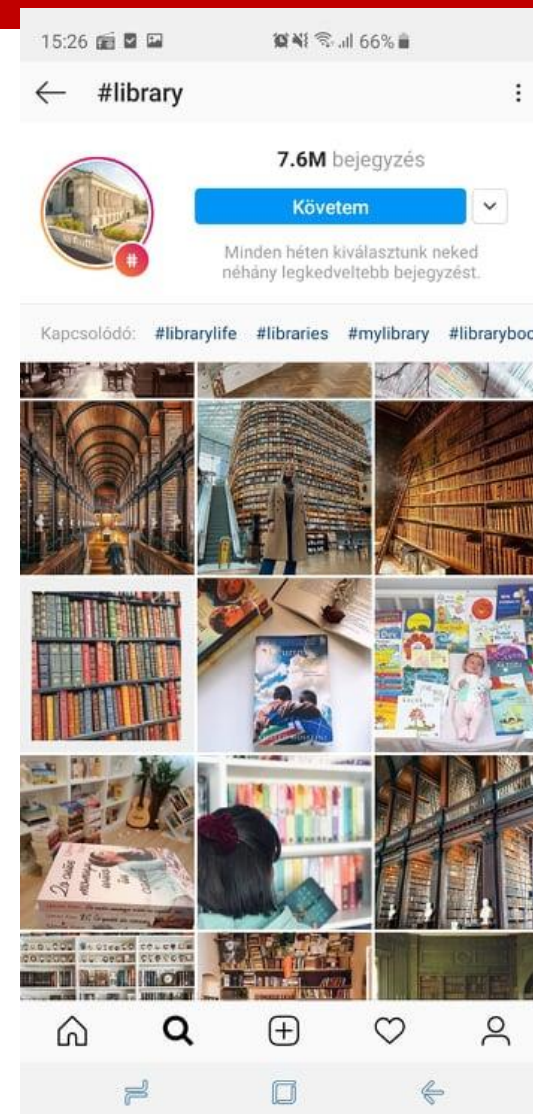
# KÖZÖSSÉGI OLDALAK AKTÍV (HETI) HASZNÁLÓI

						
548 000	493 000	423 000	367 000	355 000	349 000	226 000
Tipikusan 24 év alatti fiatalok, nagyon rövid tartalommal	25 év alattiak, fb-n túli kommunikáció	15-40 ismerkedők	40 alatti ismerkedni akarók	15-30 évesek fb-n túli kommunikáció	35 alatti zenekedvelők	35 alatti mobil játékosok

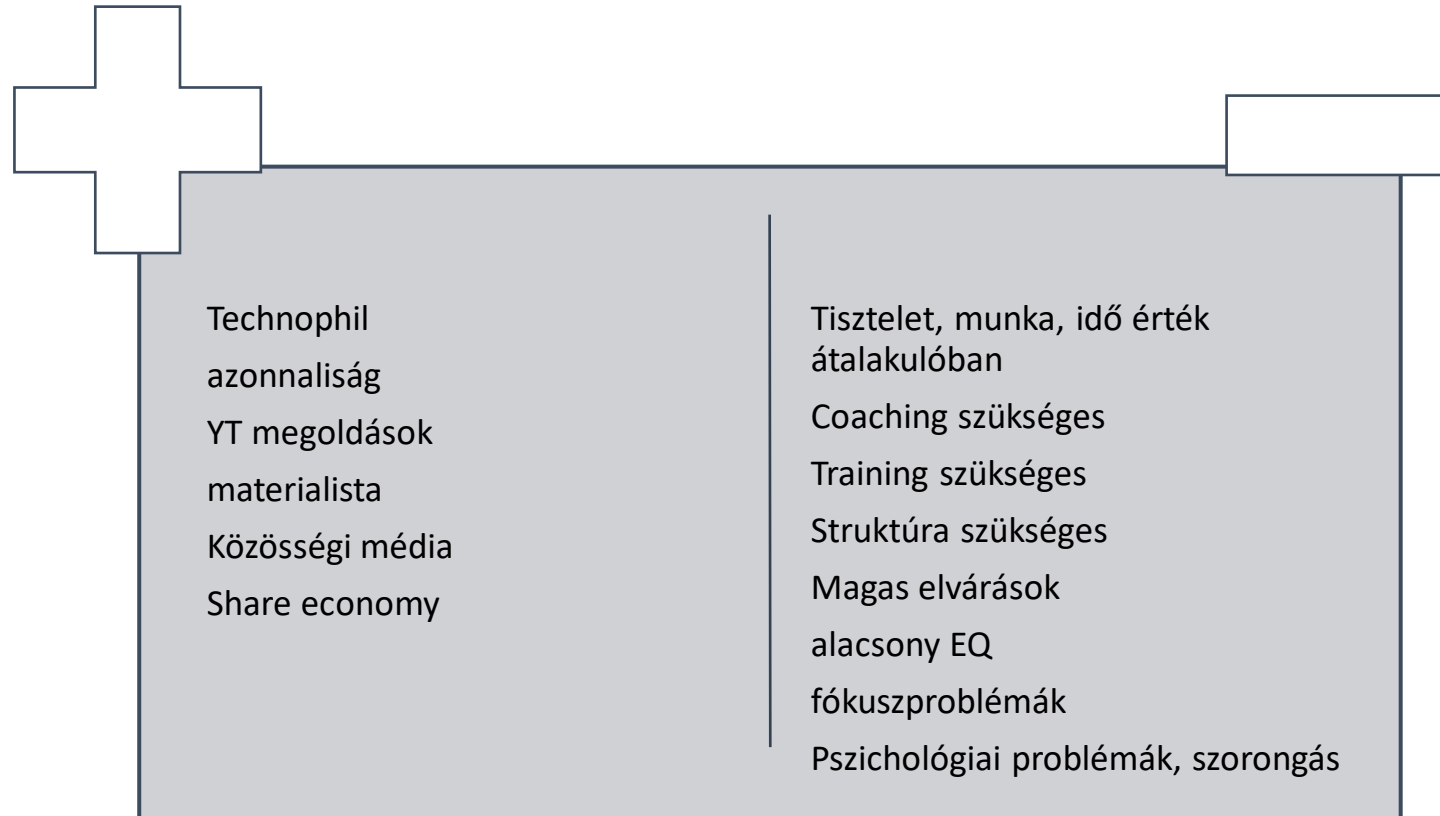
N = 4155 fő

# Hogyan érhetőek el? Y

- Online
- Facebook
- Instagram
- Pinterest
- LinkedIn
- youtube



# Z generation

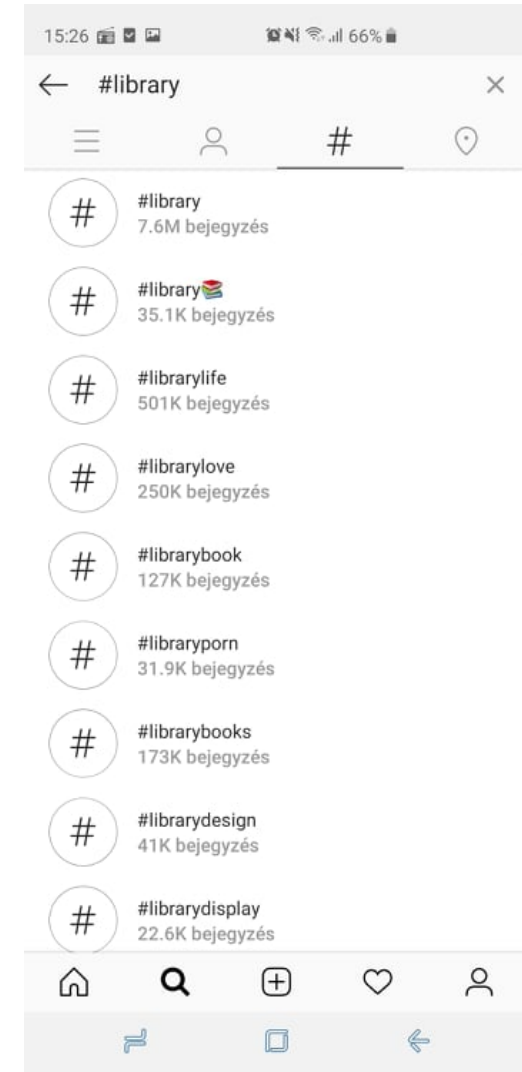




# Hogyan érhetőek el? Z

- Snapchat
- Messenger
- Instagram
- youtube
- Tik tok (?)
- twitch

<https://vidlan.com/video/6797434653822274822>



# Alfa Generáció

Technológián nő fel  
Érintőképernyős komm >neve  
Különleges megoldások  
Érzékenység  
Rendszerellenesség  
Transzparencia  
Környezettudatosság  
Közösségi média >réteg >új érték

Figyelemzavar, hiperaktivitás  
Állandó felvétel digitális lábnyom  
probléma  
Közösségi média >challenge

# Alfa generáció

- Nézzük csak azokat a trendeket, amelyekkel a Z és alfa generációs fiatal szembe találja magát: az **édesanyjuk történelmileg visszatekintve a legidősebb, a legkisebb mikrocsaládban nőnek fel, a legtávolabb járnak iskolába, a legkomplexebb a világuk, illetve hogy a leghosszabb élet vár rájuk.**

# Hogyan érhetőek el? Alfa

- Tik tok
- Messenger
- Twitch
- youtube

<https://vidlan.com/hashtag/library>

<https://www.youtube.com/watch?v=fKE0CByk2Wk>

Köszönöm a figyelmet!

[bernschutz.maria@gmail.com](mailto:bernschutz.maria@gmail.com)

bernschutz@mvt.bme.hu