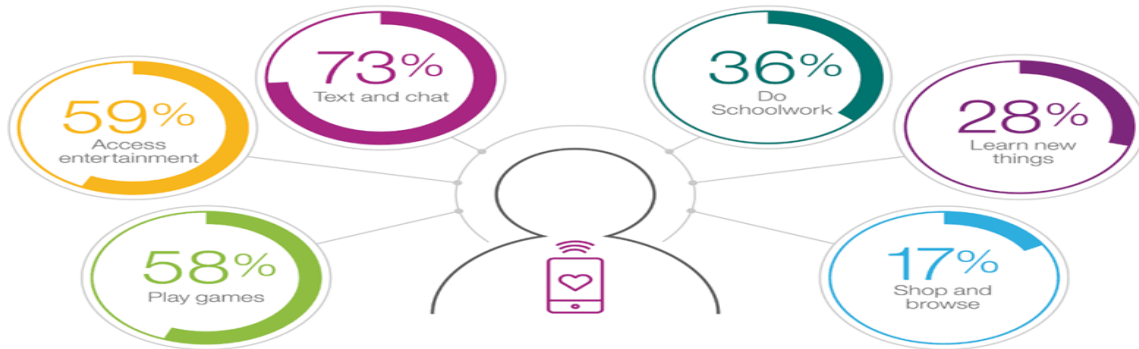


# I tuoi prossimi clienti sicuramente faranno parte della Generazione Z.

di Paolo Franzese



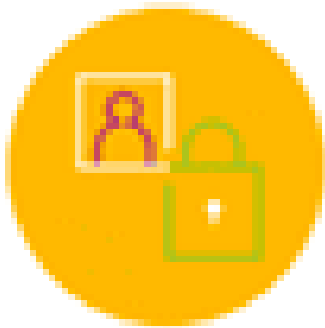
Perchè parlare della **Generazione Z**? Perchè saranno i vostri prossimi clienti!

Generazione Z: iGen, Post-Millennials, Centennials, o Plurals. Sono i nati dopo i Millennials, ovvero i nati dalla seconda metà degli anni novanta o dagli inizi del 1995 fino al 2010. In questo momento a causa della grave recessione stanno vivendo una sensazione di instabilità e insicurezza.

## Generazione Z: chi sono?



**60% of surveyed Gen Zers** will not use an app or website that is too slow to load.



**Less than 30% of surveyed Gen Zers** are willing to share health and wellness, location, personal life or payment information.



**Over 70% of surveyed Gen Zers** said they influence family decisions on buying furniture, household goods, and food and beverages.

Uniquely Generation Z What brands should know about today's youngest consumers

La generazione Z comprende i ragazzi tra i 19 e 21 anni, sono i ragazzi nati con la tecnologia a portata di "pannolino", rappresentano la **nuova frontiera dei consumatori**, generazione che presenta caratteristiche ben precise e fortemente in aumento.

A dispetto della loro giovane età hanno un grande potere sulle decisioni in merito agli acquisti in famiglia e non solo. I Gen Zers, Generazione Z, nascono intorno agli anni '90 e sono **più di due miliardi**



tecnologia. L'87% dei GZ ha accesso ad internet ad alta velocità, il 66% invece utilizza più di un dispositivo alla volta.

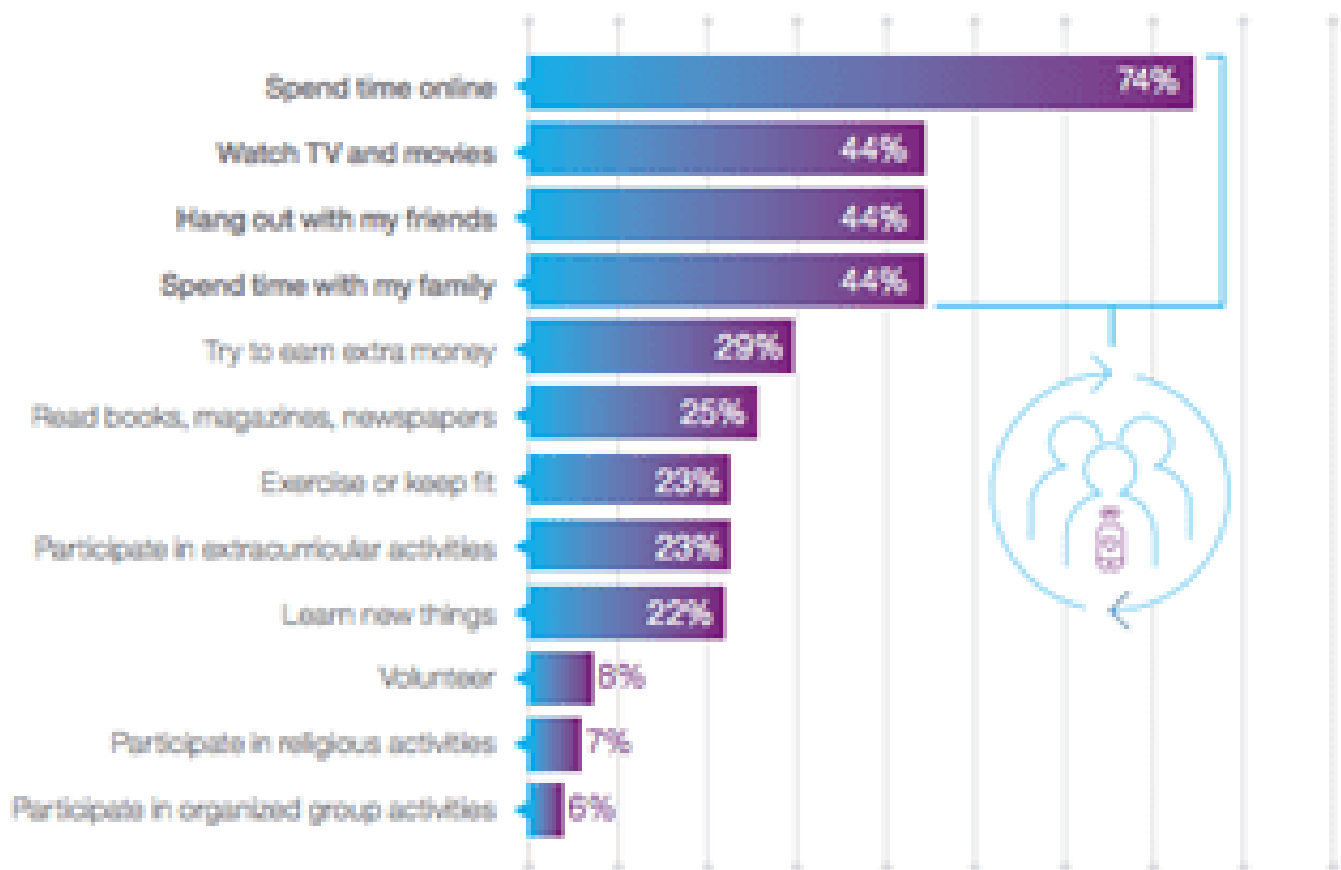
La maggior parte dei ragazzi si dimostrano **poco favorevoli ad utilizzare applicazioni difficili e sofisticate**, meglio applicazioni semplici che gli assicurano ulteriore velocità di tempi.

Si sono dimostrati poco pazienti e poco tolleranti per guasti ed errori del sistema. Nella scelta quindi dei prodotti che degli strumenti da utilizzare fattori determinanti sono qualità, disponibilità e valore del prodotto. Queste tre caratteristiche determinano la loro scelta di una marca a dispetto di un'altra.

Più di 2 miliardi di ragazzi dichiarano di stare al cellulare mediamente 5 ore al giorno!

## Il rapporto con il mondo reale

*Gen Z are an online generation, but also spend substantial amounts of time with friends and family*



*Question: How do you spend most of your time outside of school or work, whether on weekends or longer breaks?*

Uniquely Generation Z What brands should know about today's youngest consumers

La generazione Z è **sempre online** oppure **offline**, sono sempre connessi e abituati ad avere



tutto 24h/24h. Per loro comunicare e socializzare è molto importante, la loro comunicazione è cambiata molto rispetto alle generazioni precedenti.

Oggi comunicare e socializzare assume anche qui aspetti molto più snelli e veloci. Attraverso una semplice foto posso raccontare un viaggio, una giornata trascorso in un luogo particolare.

Nei loro stati che pubblicano sui vari social posso raccontare un dispiacere, una gioia oppure esprimere il loro dissenso o consenso. In base a sondaggi effettuati su un vasto campione molti ragazzi **utilizzano soprattutto smartphone e dichiarano di stare al cellulare mediamente 5 ore al giorno.**

Le donne prevalentemente chattano invece i maschi trascorrono molto più tempo a giocare sui loro dispositivi. Altri invece impiegano il loro tempo in rete per acquisti o per informarsi e imparando cose nuove.

## Sono molto informati

Sono quindi ragazzi che attraverso la rete **si tengono informati** attraverso notiziari su eventi globali turbolenti. Seguono attentamente la recessione, il terrorismo e gli attacchi cibernetici.

Le scuole oggi forniscono insegnamenti sui rischi e i pericoli del cyberspazio imparando così quanto importante sia la loro privacy e la loro sicurezza, tutelando se stessi da possibili e probabili incidenti.

I Gen Zers sono prudenti circa la condivisione di informazioni personali sensibili online.

**Meno di un terzo** ha dichiarato di essere a proprio agio condividendo dati personali diversi da informazioni di contatto e cronologia degli acquisti

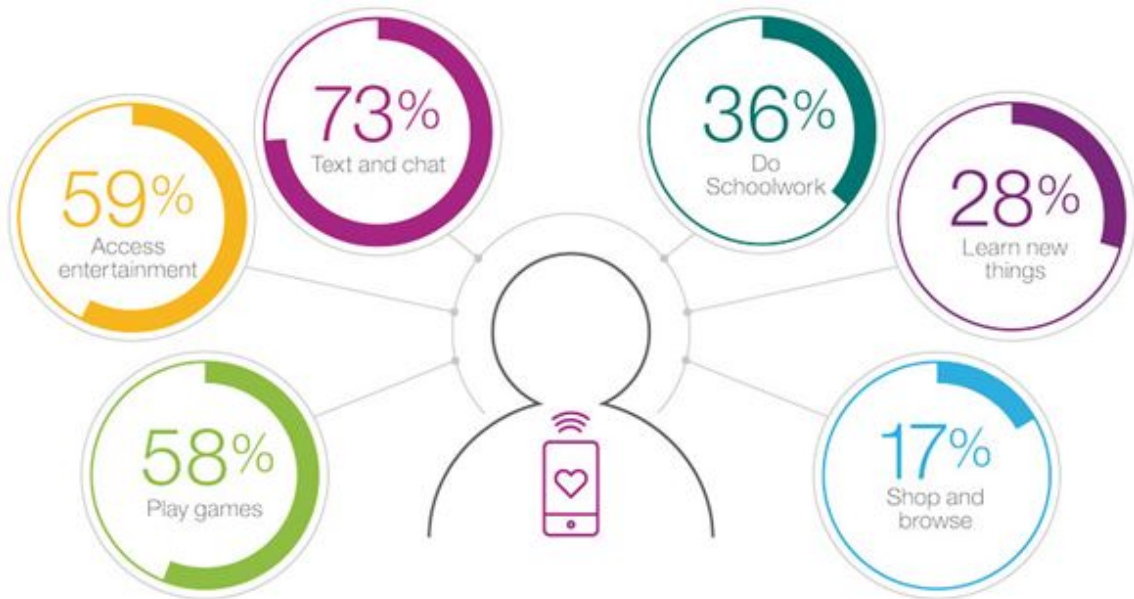
Via: <https://www-01.ibm.com/common/ssi/cgi-bin/ssialias?htmlfid=GBE03799USEN&>

IBM Institute for Business Value

# Uniquely Generation Z

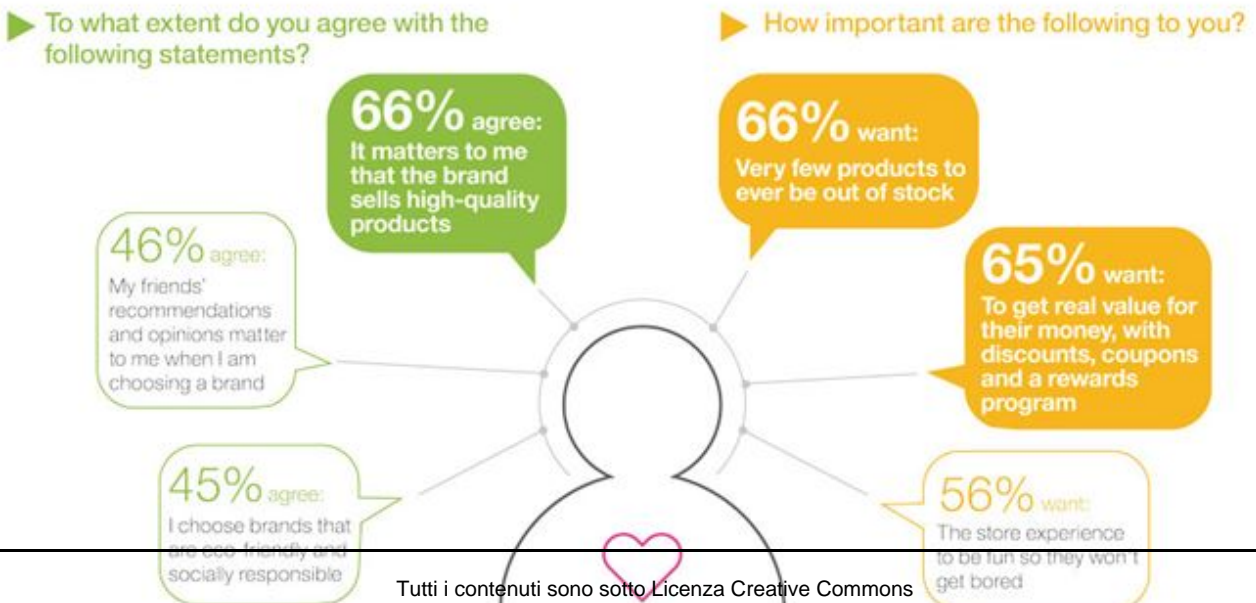
What brands should know about today's youngest consumers

Surveyed Gen Zers use devices primarily for texting and chatting.



Question: What do you mostly use these devices for?

Surveyed Gen Zers care strongly about the basics of product quality, availability and value.





## Uniquely Generation Z What brands should know about today's youngest consumers

---

Da un articolo scritto da Paolo Franzese il 1 Settembre 2017