



RCKT NEWS

*Um giro pelo que está acontecendo!
Como impactar a Geração Z.*

**Here
and
now**

Por menor que seja a diferença de idade entre as gerações seguintes,

definir comparativos é importante para que se possa traçar perfis mais assertivos. Isso não significa que uma estratégia não possa impactar diferentes grupos, mas que quanto mais conhecermos o nosso público alvo, mais fácil dialogar diretamente com ele.

A Geração Z, composta por pessoas nascidas entre 1995 e 2010,

vem entrando no mercado com sua própria personalidade e manifestações de necessidade. Sendo o primeiro agrupamento de nativos do ambiente digital, são hiper cognitivos e conseguem somar tarefas e recebimento simultâneo de informações.

Referências visuais, presença nas redes sociais, preocupação com o mundo e sociedade

são valores que norteiam muitas de suas decisões de compra, mas, vamos ver o que mais essa geração valoriza no momento em que decidem efetuar compras ou escolher marcas que a representam.

Conteúdos

✖ ✖	Impacto nos próximos anos	Pág 03
✖ ✖	Estratégia de vendas	Pág 04
✖ ✖	Comportamento de compra	Pág 05



Impacto nos próximos anos

Nascidos no século XXI e nativos da era digital, os jovens da Geração Z estão iniciando sua entrada no mercado de trabalho e aumentam assim o seu poder de consumo.

CONSTANTEMENTE CONECTADOS

consomem redes sociais, conteúdos e informações em plataformas diferentes e simultâneas, como computador, celular, TV e outras.

a vivência, experiência e opiniões de figuras nas quais se espelham são fundamentais para que se sinta validado ao consumir algo.



MARKETING DE INFLUÊNCIA

PREFEREM MOBILE

a praticidade, mobilidade e agilidade são fundamentais para que consigam se sentir contemplados com a rotina na qual estão inseridos.

OMNICHANNEL NECESSÁRIA

para que as vendas possam ocorrer de maneira satisfatória é preciso que as plataformas estejam alinhadas às necessidades.



Eles chegaram no mercado e agora se apresentam como:



Mais sociais

Mais digitais

Mais integrados

Mais conectados

Mais conscientes

Mais empreendedores



Estratégia de vendas

Gerar vendas para um público **constantemente conectado** é saber que oferecer valores para além de produtos é fundamental para que se consiga aumentar a conversão. Mais do que objetos ou serviços, esta geração se preocupa em consumir verdades que se relacionam com o que acreditam.

Para impactar este público, alguns pontos merecem atenção especial:



**VALORIZE
SUSTENTABILIDADE**



**VALORIZE ASPECTOS
HUMANOS**



**APROXIME A MARCA
DA VERDADE**



SEJA SIMPLES E HONESTO



**CRIE CONTEÚDOS
RELEVANTES**



**ESTEJA ABERTO AO
DIÁLOGO**



**OFEREÇA TUTORIAIS
INTERESSANTES**



**INVISTA EM COMUNICAÇÕES
VIA MENSAGEM**



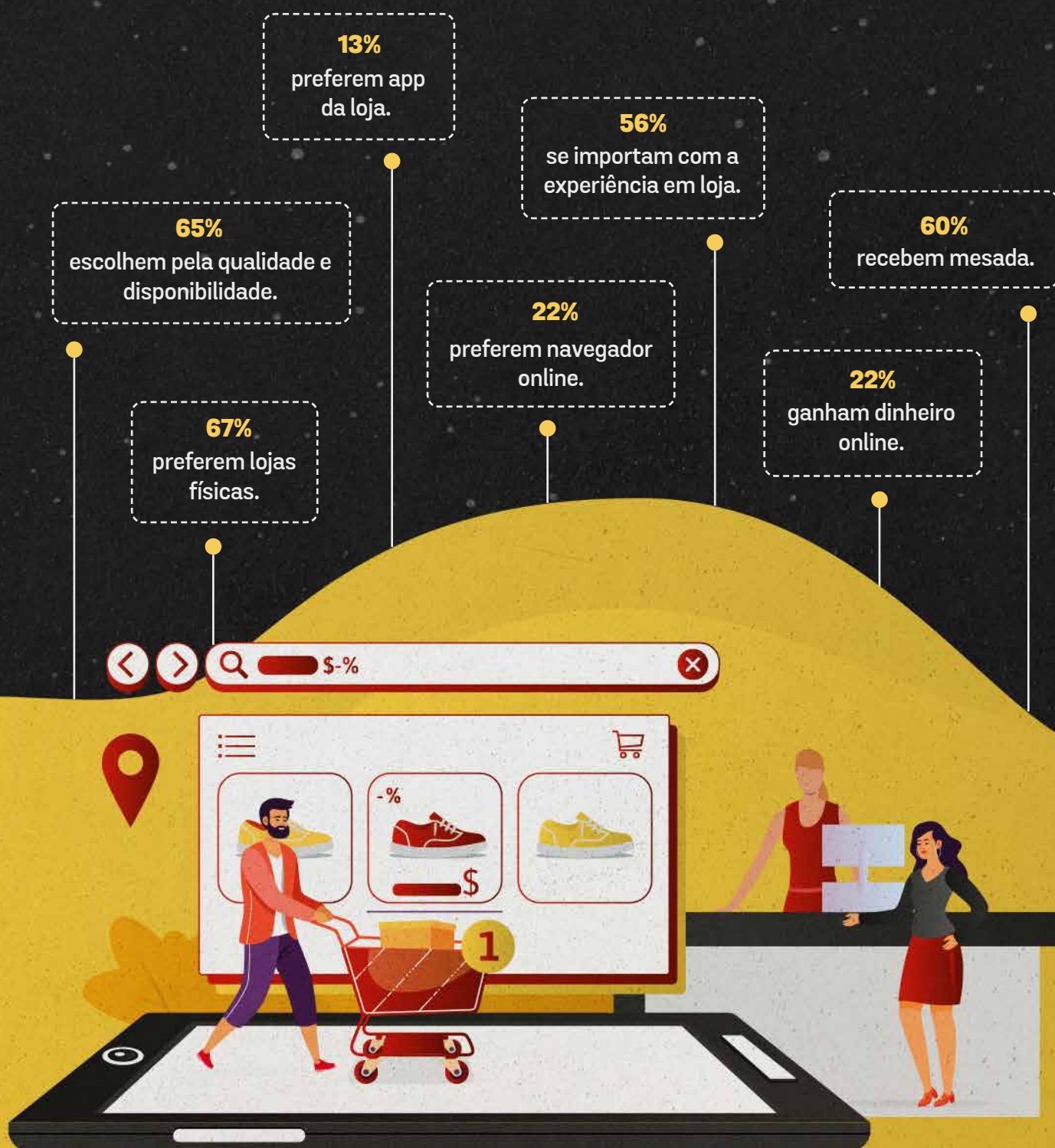
**REDES SOCIAIS
ANTES DE
TELEFONEMAS**



Comportamento de compra

Segundo uma pesquisa da IBM sobre a geração Z efetuada com a National Retail, a Geração Z consegue transitar entre ambientes físicos e digitais, mas tende a se sentir desestimulada a comprar ou consumir algo quando o tratamento não é como deseja ou mesmo a plataforma online tem uma usabilidade ruim ou lenta.

Outras características auxiliam o entendimento do nicho:





RCKT NEWS

*Um giro pelo que está acontecendo!
Nos vemos na próxima edição*