

# MEDIA, REKLAMA I ZAKUPY Z PERSPEKTYWY GEN-Z

AUTORSKIE BADANIE WP



O GEN -Z WIEMY JUŻ WSZYSTKO, PRAWDA?



imgflip.com

O GEN -Z WIEMY JUŻ WSZYSTKO, PRAWDA?

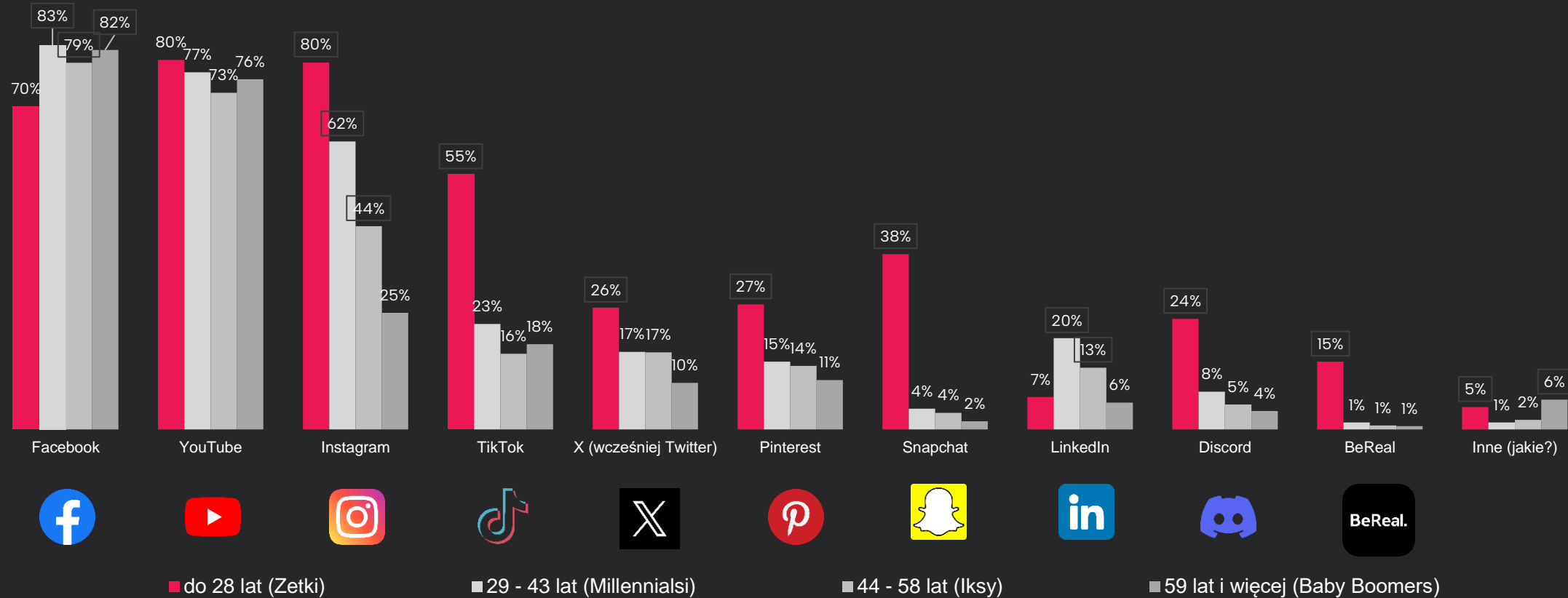


**GEN Z = TYLKO VIDEO?**



# GDZIE KONSUMUJĄ?

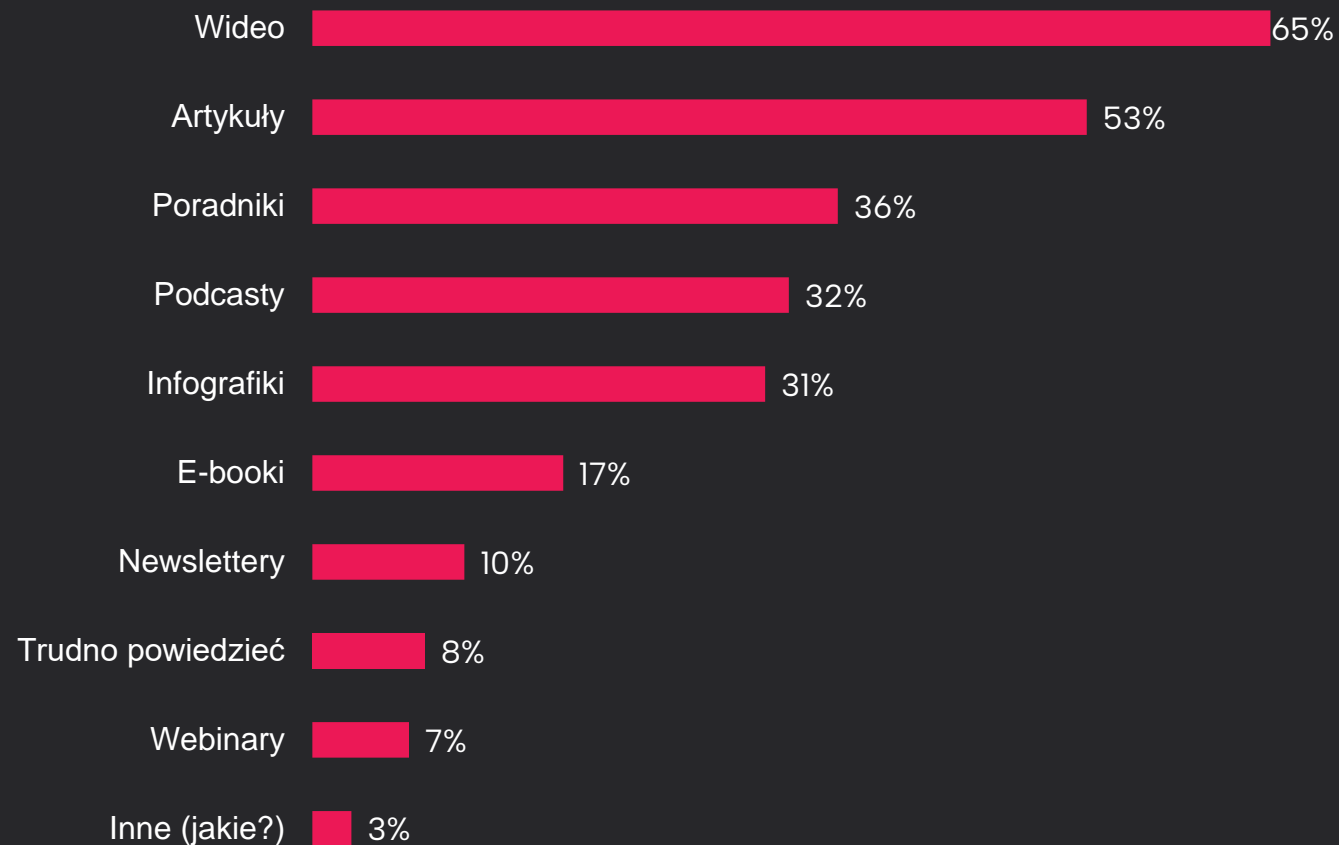
YouTube odrobił pracę domową – jest obecny w każdej TG



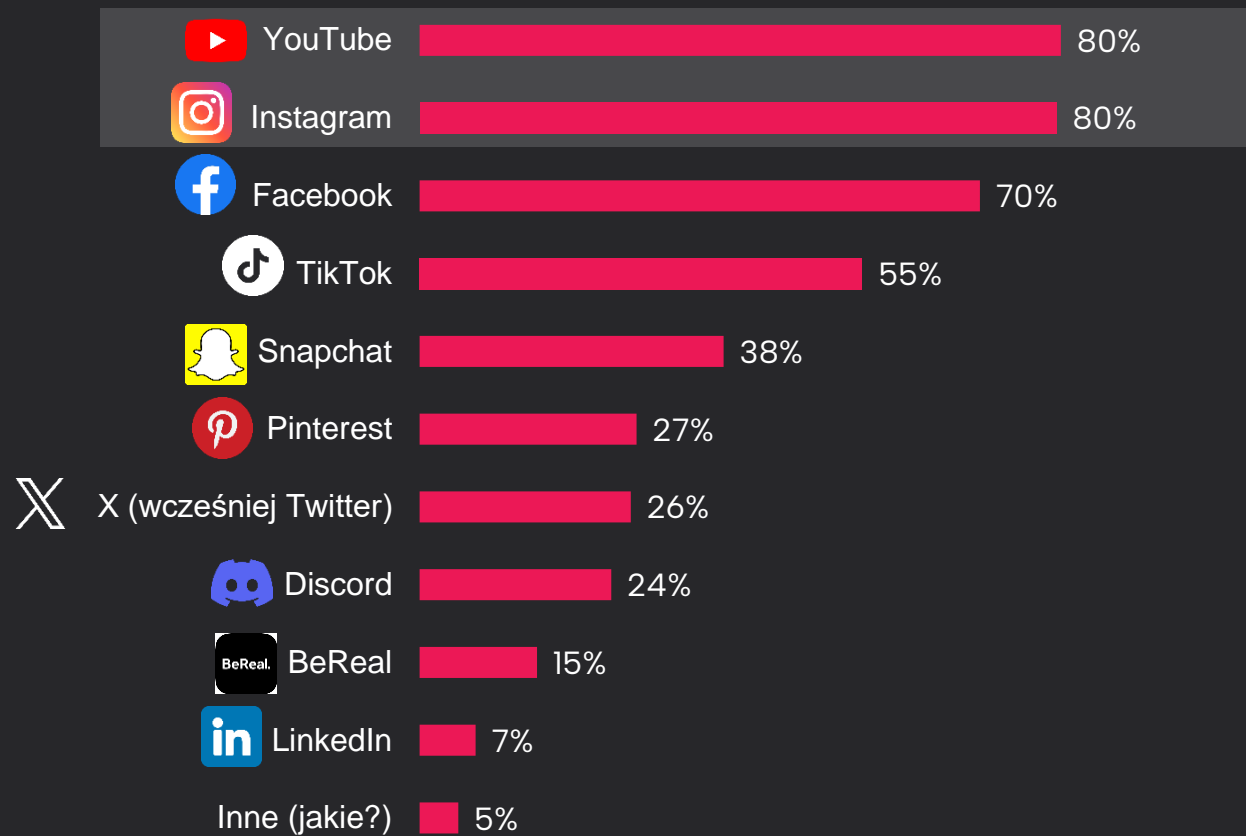
Pytanie: P2.C. Z których social mediów korzystasz najczęściej? | Podstawa: Wszyscy respondenci, którzy korzystają z social mediów | N=1226 | Różnice istotne statycznie oznaczono ramkami.

# CO KONSUMUJĄ?

Zetkom najbardziej odpowiadają w Internecie treści wideo

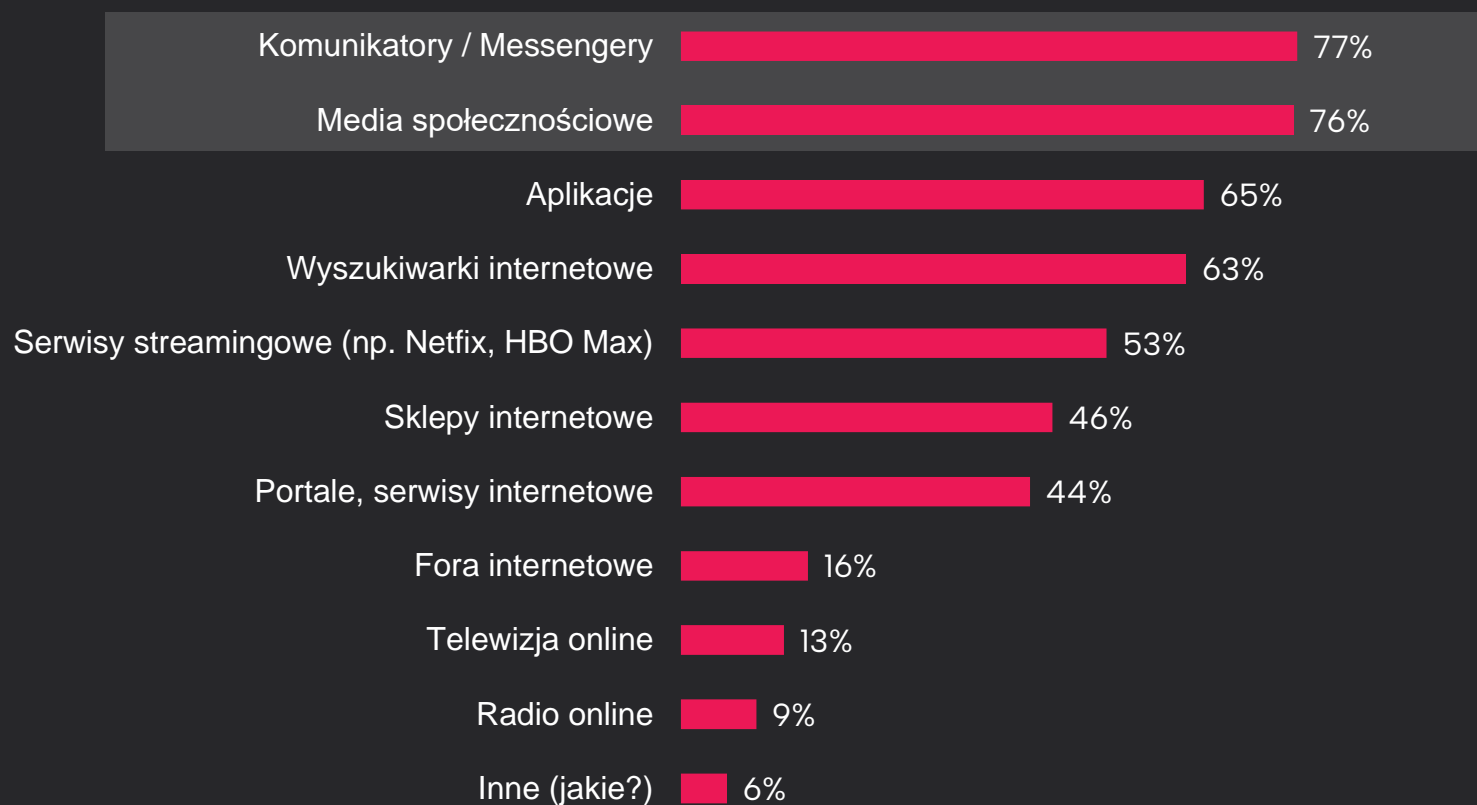


# TIK TOK DOPIERO NA 4 POZYCJI. SNAPCHAT ZASKAKUJĄCO WYSOKO



**Ulubione platformy social to wciąż wielka czwórka, jednak zaskakuje wynik TikToka**

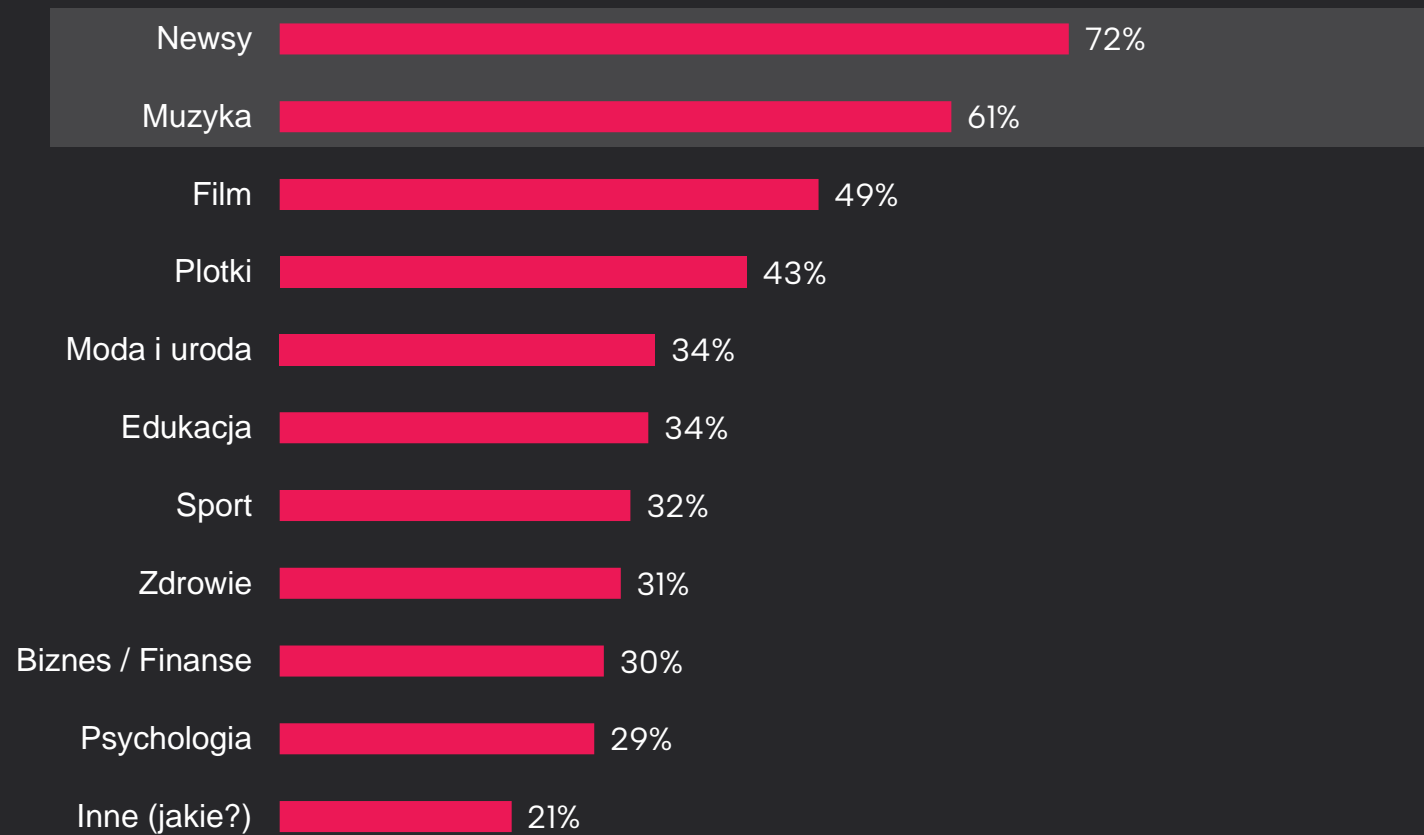
# DLA GEN-Z RÓWNIE WAŻNA JEST KOMUNIKACJA I SPOŁECZNOŚĆ



**To pokolenie  
always-in-touch  
które ceni wymianę  
informacji i kontakt  
z bliskimi w real  
time**



# NEWSY I MUZYKA TO GŁÓWNE TEMATY PRZYKURWAJĄCE UWAGĘ GEN-Z.



**To szansa dla content marketingu i redakcji newsowych**

**CZYM KIERUJĄ SIĘ PRZY  
DECYZJACH ZAKUPOWYCH?**



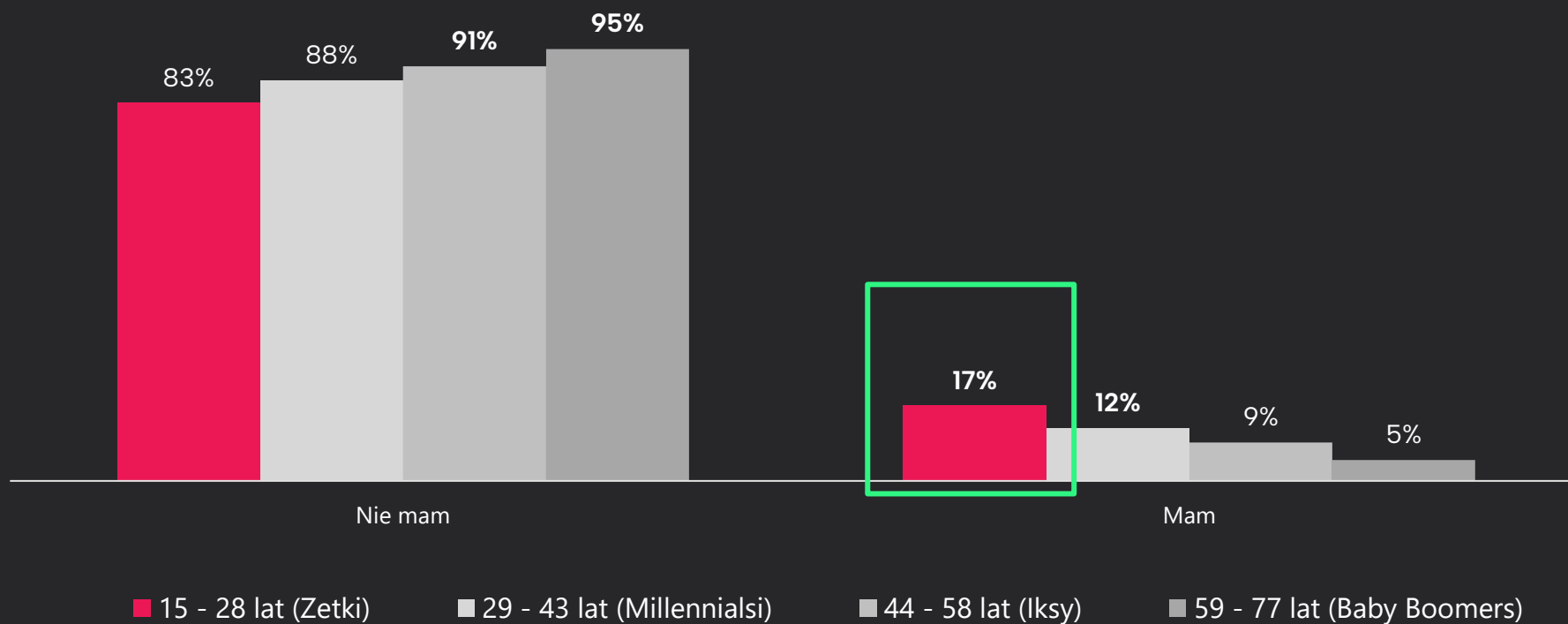
PODSTAWOWYM I  
NAJWAŻNIEJSZYM ŹRÓDŁEM  
INFORMACJI ZAKUPOWYCH JEST  
INTERNET I CONTENT (MARKETING!)



**GEN Z = AD BLINDNESS?**



# WRĘCZ PRZECIWNIE! GEN-Z NIE ZNA ŚWIATA BEZ REKLAM

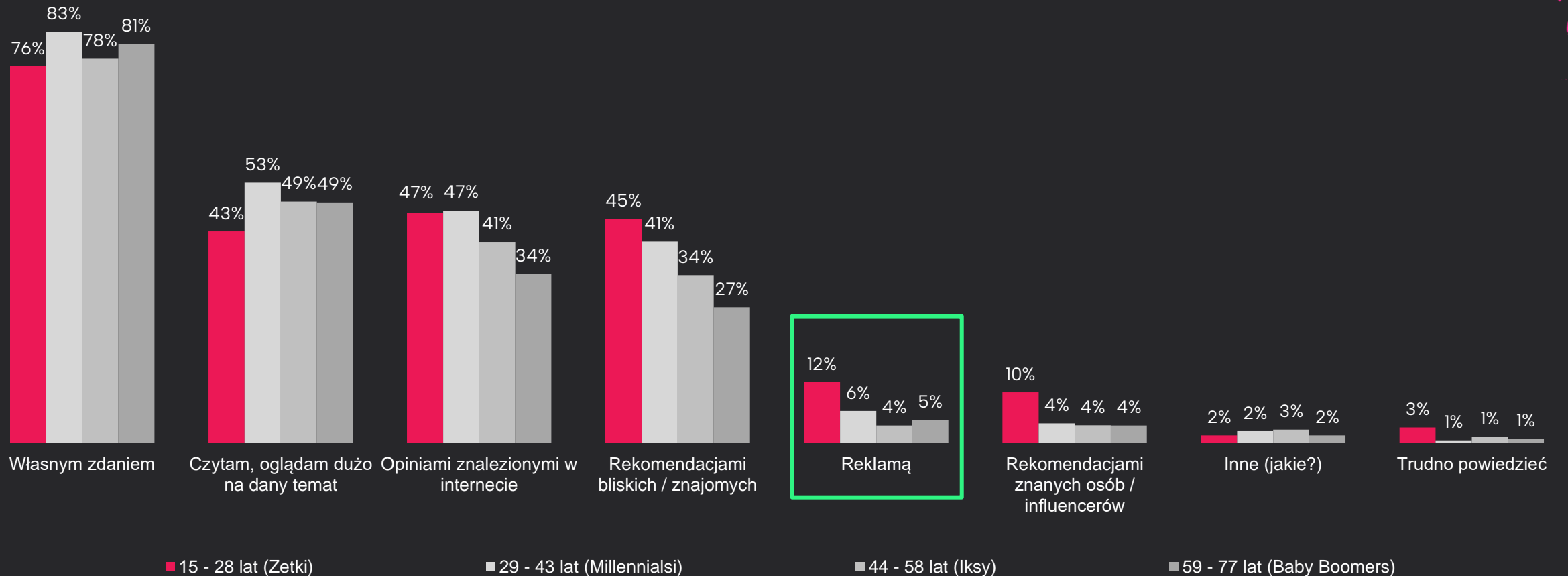


17% Zetek ma ulubioną reklamę. Choć to relatywnie niewiele, jest to najwyższy wynik wśród wszystkich pokoleń.

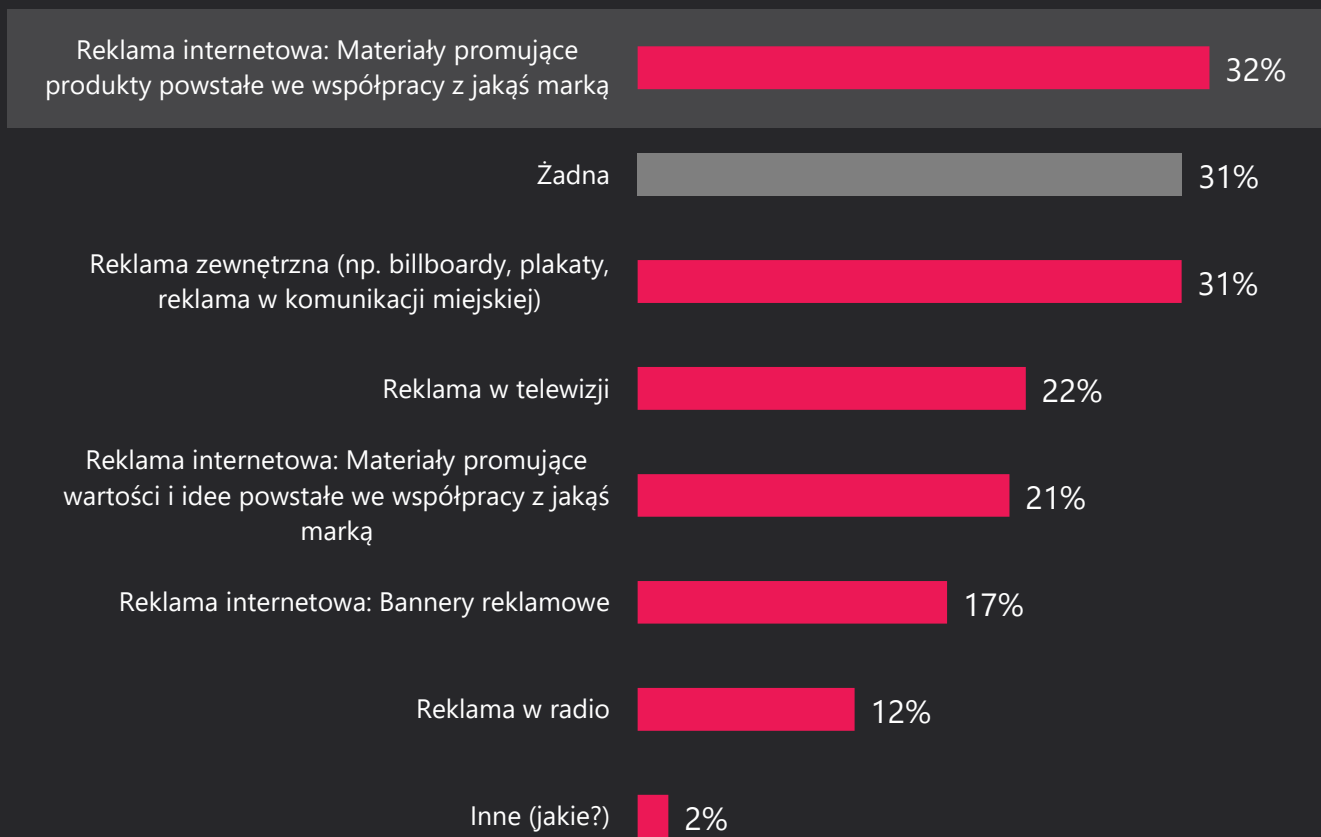
Wraz z wiekiem rośnie niechęć do reklam.

# KIERUJĄ SIĘ REKLAMĄ PODCZAS ZAKUPÓW.

## TREND: INFLUENCERZY TRACĄ NA WIARYGODNOŚCI. TO SZANSA DLA MEDIÓW



# NIE PRZESZKADZA IM MATERIAŁ TWORZONY WE WSPÓŁPRACY Z MARKĄ

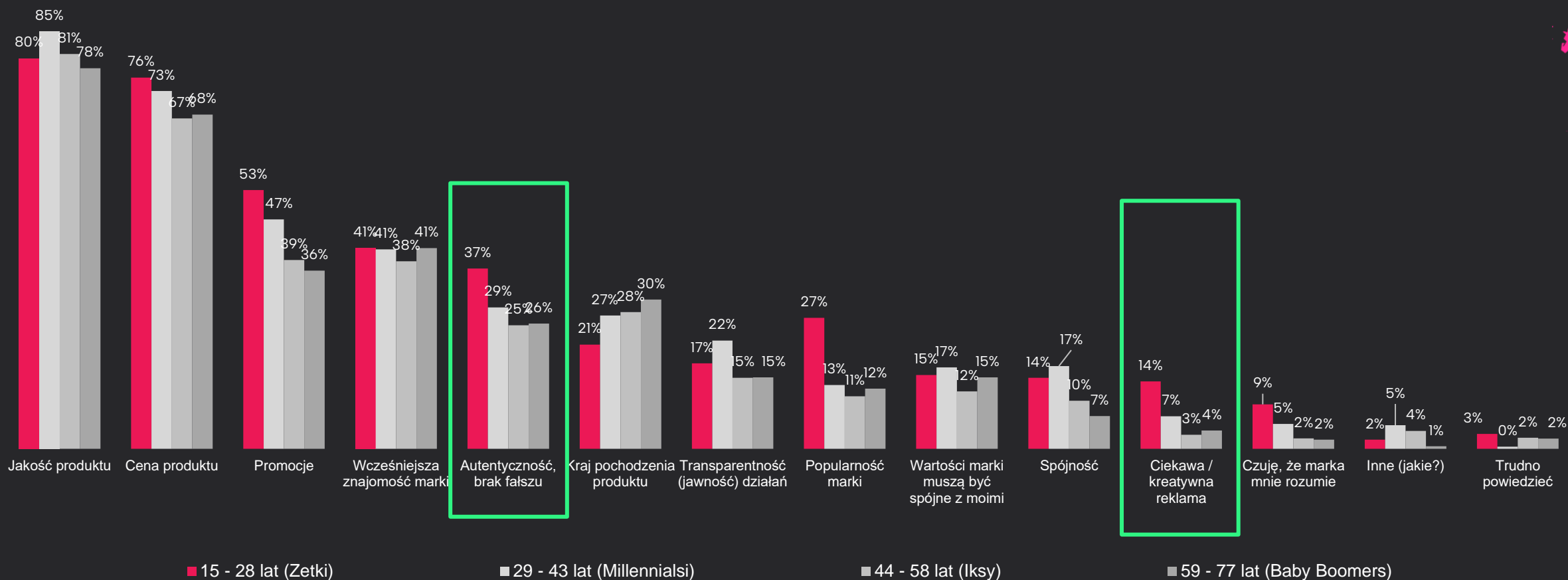


**Dla GenZ nie trzeba koloryzować świata.**

**Są świadomi i wyczuleni na fałsz.**

**Rozumieją, że współpraca z marką może dać im korzyść.**

# PONADTO GEN-Z JAKO PIERWSZA GENERACJA TAK MOCNO DOCENIA AUTENTYCZNOŚĆ I KREATYWNOŚĆ PRZEKAZU



Pytanie: P6. Co jest dla Ciebie istotne przy wyborze marki produktu, którego zakup rozważasz? | Podstawa: Wszyscy respondenci | N=2316 | Różnice istotne statycznie oznaczono ramkami.



# DLA ZETEK REKLAMA NIE JEST CZYMŚ Z ZAŁOŻENIA ZŁYM.

## LUBIĄ I PAMIETAJĄ REKLAMY NIENACHALNE, BLISKIE, ZABAWNE

*Reklama Kenzo World i ofc reklamy  
Allegro*



*Reklama mBanku, w której Pani  
próbuję korzystać z kasy  
samoobsługowej*



*Reklamy humorystyczne z chwytliwą  
piosenką np. reklamy Lecha z  
bardem grającym na mandolinie (...)*



# CO TO WSZYSTKO OZNACZA DLA RYNKU?

- Gen-Z żyje treściami video
- Content marketing odpowiada na potrzeby Gen-Z
- Zetki nie znają świata bez reklam – wybierają autentyzm i kreatywność – to szansa, nie przeszkoda