

GÉNÉRATION Z ET RÉSEAUX SOCIAUX

COMMENT COMMUNIQUER
AVEC EUX ?

SOMMAIRE

- La génération Z en quelques mots
- En quoi sont-ils différents ?
- Comment communiquent-ils entre eux ?
- Leurs formats préférés ?
- Qu'est-ce qu'ils n'aiment pas ?
- Leur expérience client
- Comment communiquer avec eux ?
- La part des influenceurs ?
- Une génération disparate ?



QU'EST-CE QUE LA GÉNÉRATION Z

- Née entre 1995 et 2010
- Surnommée la génération silencieuse ou C
- Communiquer, Collaborer
Connecter et Créativité
- Née en plein boom digital
- Maîtrise les codes
- Opinion et recherche web
- Culture de l'instantanée
- Continuité de la GEN Y





EN QUOI EST-ELLE DIFFÉRENTE ?

- Ces propres valeurs
- Les valeurs d'une marque
- La notion de e-réputation
- Importance de l'image
- Besoin d'autonomie forte
- Relation privilégié avec les marques
- Un monde digital et humain
- Prêt à s'engager auprès d'une marque
- Veulent être des consom'acteurs
- Sentiment d'appartenance

COMMENT COMMUNIQUENT-ILS ENTRE EUX ?

- 87% de la Gen Z a au minimum un compte social
- 98% se connectent chaque jour
- 98% ont un smartphone
- 70% ont un ordi personnel
- 2h15 en moyenne par jour
- 1h37 pour la Génération Y
- 86% des travailleurs et étudiants ont LinkedIn
- 4% s'y connectent chaque jour



COMMENT COMMUNIQUENT-ILS ENTRE EUX ?

- Snapchat : pour discuter entre amis
- Instagram : pour un public plus large
- Facebook Pour communiquer avec des plus « vieux » ou entre eux sur Messenger
- Twitter pour commenter ou rechercher des informations
- Google + : Plus de 90% ne connaissent pas
- Pinterest : plutôt un réseau féminin
- Youtube : Pour choisir eux mêmes leurs contenus à regarder
- Toujours à l'affût des nouveautés comme Vero
- Comme la Gen Y avec Vine

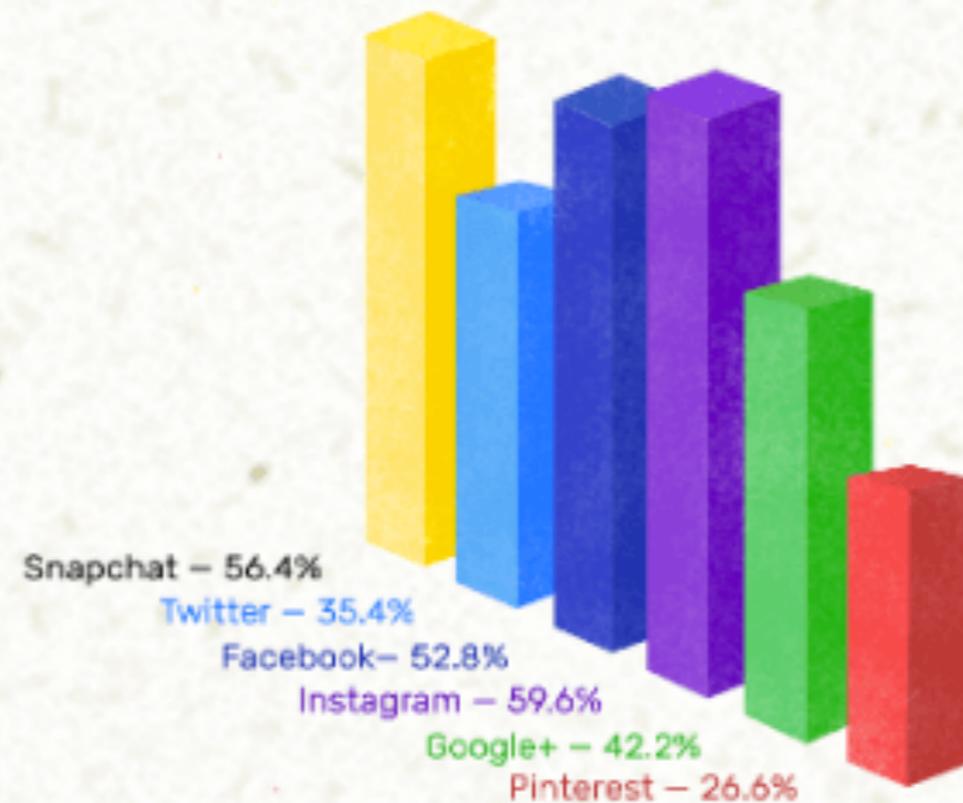
COMMENT COMMUNIQUENT-ILS ENTRE EUX ?

SOCIAL MEDIA USAGE BY GENDER

GENDER BREAKDOWN

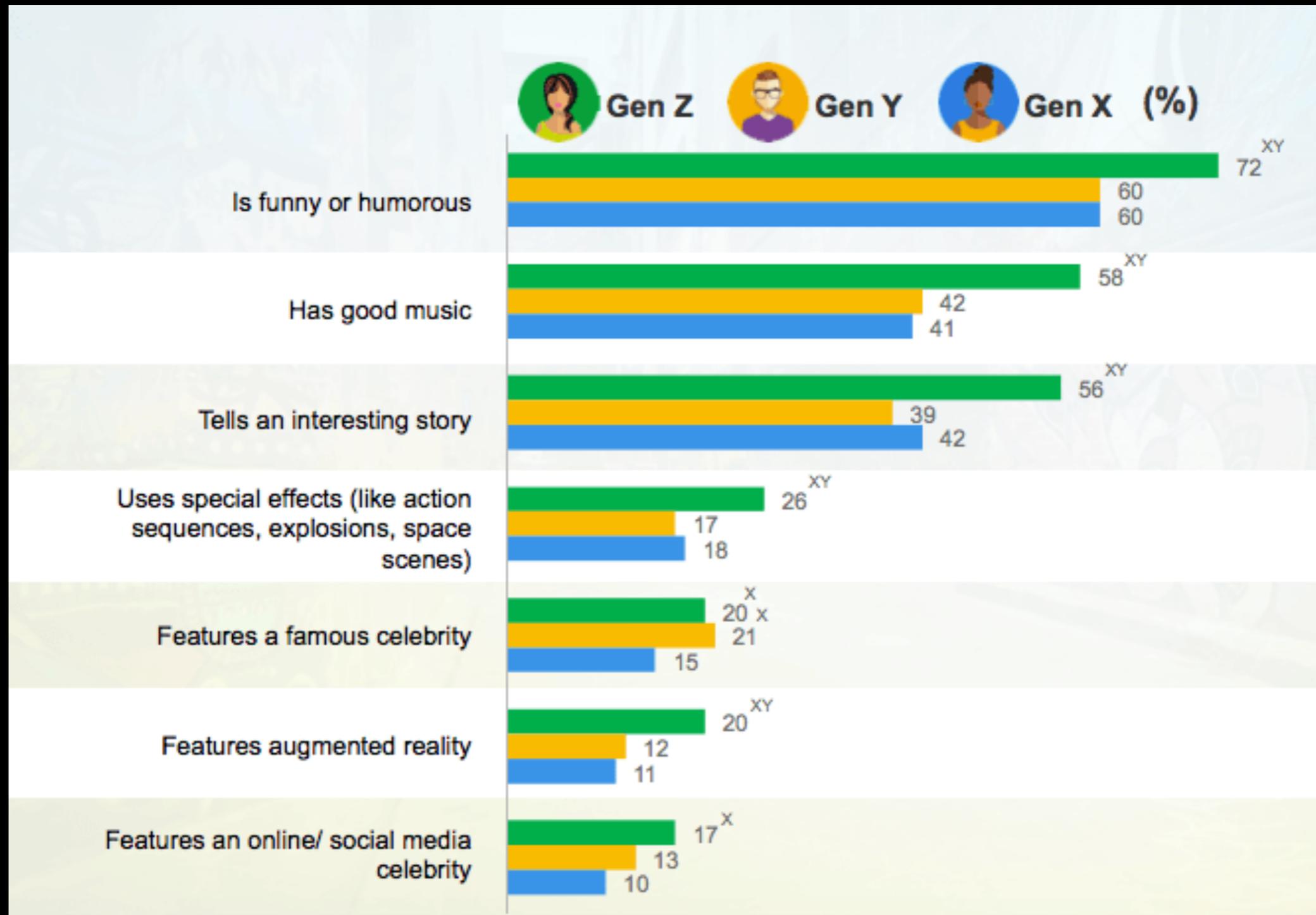
	Male	Female
Snapchat	46.6%	66.7%
Twitter	35.9%	34.9%
Facebook	57.6%	47.7%
Instagram	51.9%	67.9%
Google+	44.0%	40.3%
Pinterest	9.0%	45.4%
Total:	468	532

% OF GEN Z ON EACH PLATFORM



Source: Google/YouGov web-based, U.S., PollingPoint panel: n=1,100 respondents age 13-17, June 2016.

COMMENT COMMUNIQUENT-ILS ENTRE EUX ?





LA VIDÉO FORMAT N°1?

- 95% d'entre eux regardent une vidéo par jour
- L'image qui suscite l'intérêt instantané
- L'écrit pour se renseigner sur les valeurs et les engagements d'une marque
- Les avis des autres pour faire un choix

ILS N'AIMENT PAS

- La publicité notamment en ligne
- Les pop-ups qui coupe la lecture
- Les sites web non ergonomique
- Les sites non web design
- Qu'on trahisse leur confiance
- Que les marques ne les placent pas au coeur de leurs stratégies





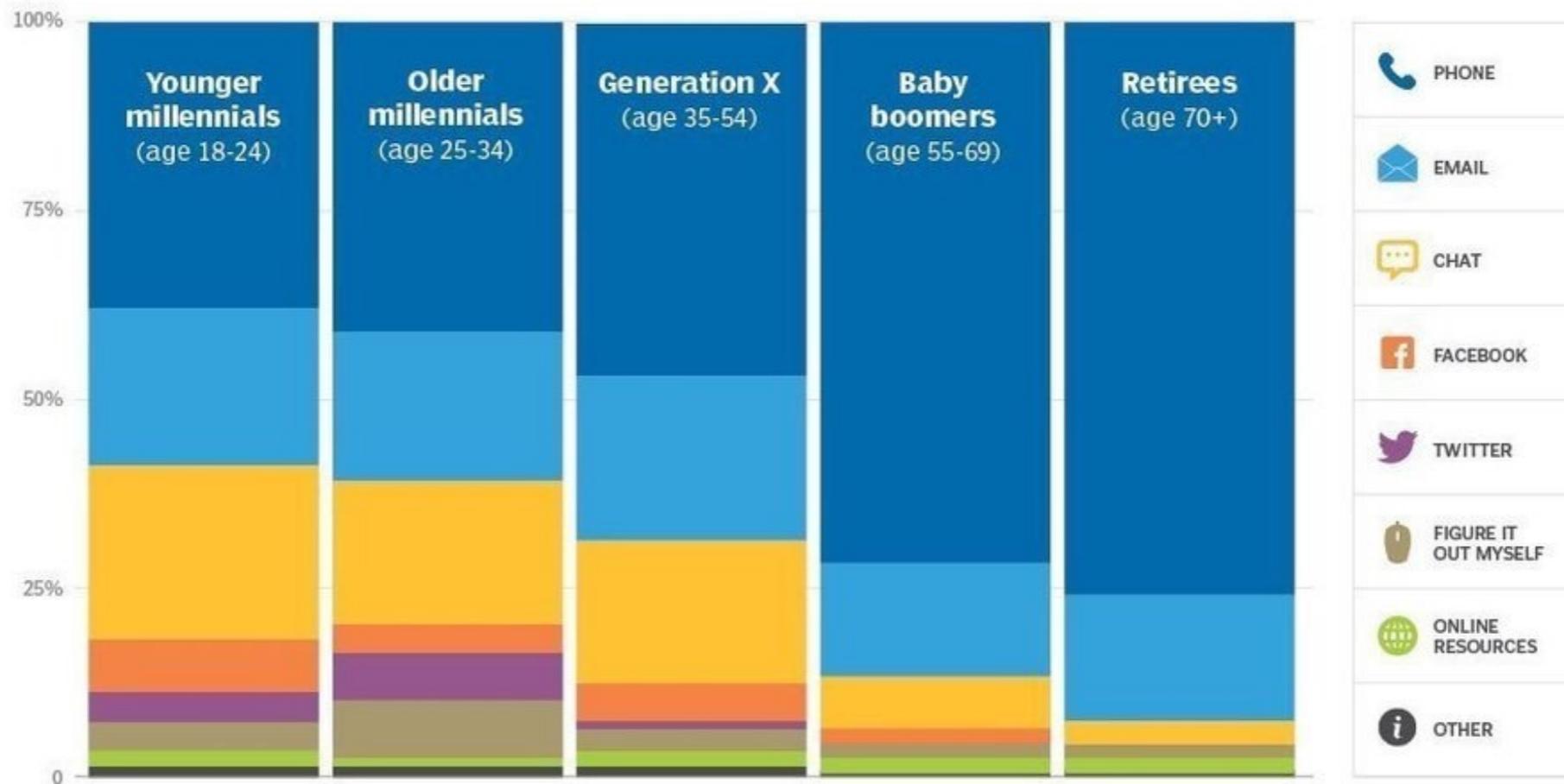
L'EXPÉRIENCE CLIENT

- Expérience personnalisée
- Répondre à leurs 4 C
- Rapidité des échanges
- Actions phygtales
- Échanger avec eux
- Les impliquer dans le processus de ventes
- Être multicanal pour échanger avec eux.
- Suivre les 5E (Essence, Émotion, Engagement, Expérience, Échange)

L'EXPÉRIENCE CLIENT PAR GÉNÉRATION

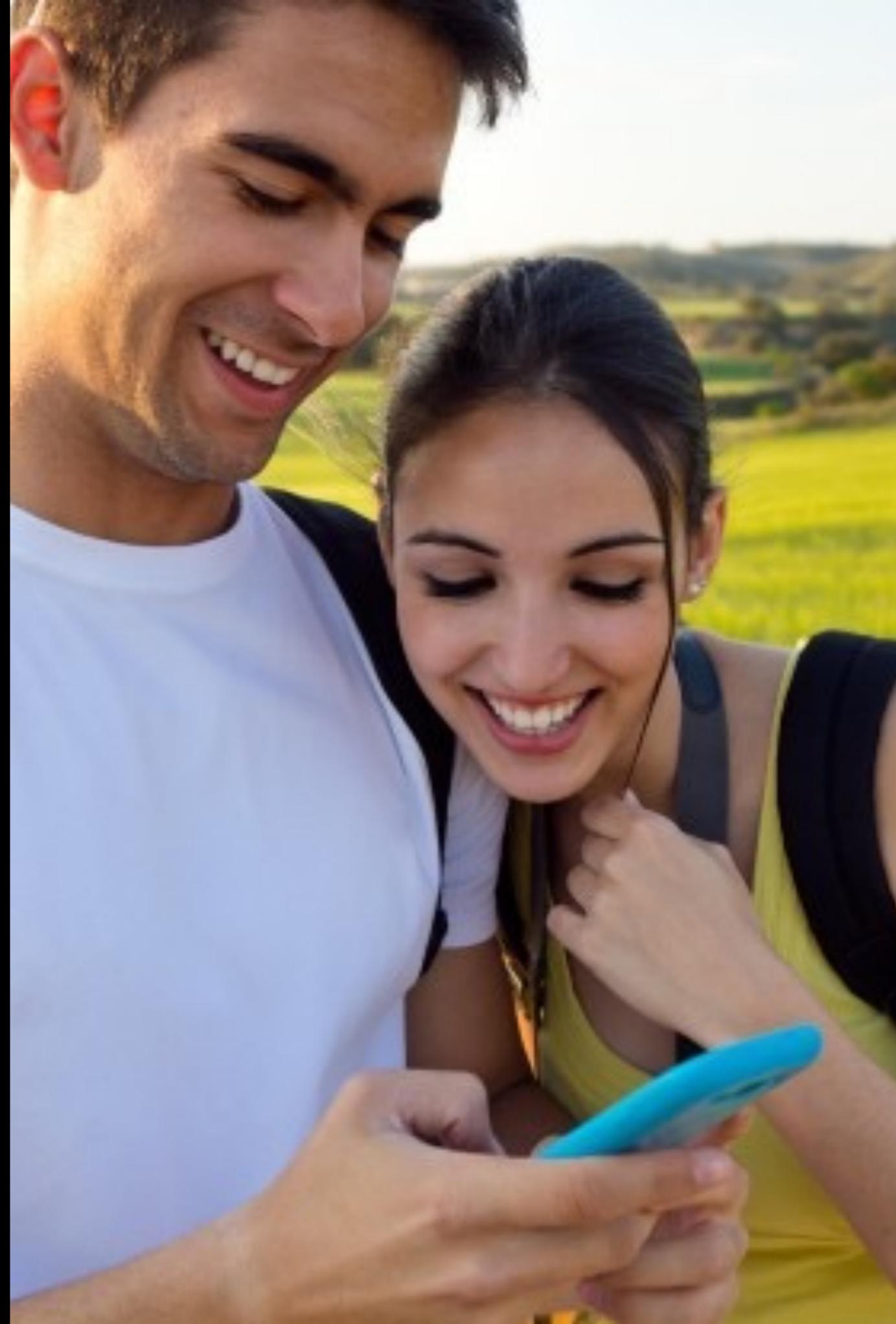
Communications by generations

When consumers reach out to contact centers for customer service, all age groups prefer the phone. But chat and social media tools are gaining momentum.



COMMENT COMMUNIQUER AVEC EUX : LES OBJECTIFS

- Accompagner tout le long de la phase d'achat
- Répondre à leurs attentes
- Provoquer un engagement
- Faire d'eux des relais d'opinions
- Faire d'eux des ambassadeurs de marques
- Nouveau bouche à oreille





COMMENT COMMUNIQUER AVEC EUX : SUR QUELS RÉSEAUX

- Tous les réseaux, suivant votre domaine d'activité
- Adopter un ton propre à chacun de ces réseaux
- Pas de duplication des messages
- Chaque réseaux, ses spécificités

COMMENT COMMUNIQUER AVEC EUX : LES ASTUCES

- Les impliquer dans votre stratégie
- Être créatif via des concepts innovants
- Utiliser la vidéo et l'image
- 70% d'entre eux passent 2h à chercher des vidéos
- Utiliser la réalité virtuelle et augmentée
- Offrir du contenu régulier sur tous les réseaux
- Et surtout les engager avec vous.





LA PART DES INFLUENCEURS

- La gen Z est en elle même influenceur
- Ils sont attachés l'image de ces derniers
- S'engagent auprès d'eux
- Véritable moteur publicitaire pour votre marque

UNE GÉNÉRATION DISPARATE

- Une génération qui évolue
- Pas le même âge ni la même approche
- Certains ont un emploi
- Les plus jeunes encore plus digitalisée ?
- Plus familier avec les réseaux ?
- Plus proche des marques ?
- Et par conséquent plus exigeants ?



« Merci pour votre attention »

LOÏC LE GURUN