

„Talkin´ with the next generation“

How to reach and communicate with the digital consumer



Robert Kecskes

Aktuelle Herausforderungen / Key Challenges

- Herausforderungen in der Kommunikation mit der jungen Generation der Connected Consumer (iBrains):
- Wandel des Konsumverhaltens – suche nach hoher Flexibilität um für schnell wechselnden Herausforderungen bereit zu sein (Bastelkonsum))
 - Wandel der Perzeption: Permanente Teilaufmerksamkeit und Rückgang der Aufmerksamkeitsspanne
 - Wandel der Kommunikation: Erhöhung der qualitative Präsenz

GfK Lösungsbeitrag/-ansatz (Tools)

OneGfK, d.h.

- Zusammenführung aller GfK Kenntnisquellen und Aufbereitung für Workshops (z.B. “Generationen-Workshop”, aber auch “Trend-Workshops”)
- Basis: GfK Consumer Panels
- Ergänzt durch generelle und spezifische GfK Studien, sowie aus Sekundärquellen ableitbaren sozialen Trends

Key Take-Aways

- Stichwort “Rebel Rules” zur Rekrutierung der jungen Generation (der iBrains): a) habe einen Standpunkt, b) sei spielerisch und c) überraschend, d) erzeuge ein Rhythmusgefühl
- Die Rolle starker Marken im Leben der iBrains: Treibstoff der Individualität und Bindemittel zur Vergemeinschaftung
- “Liebe Deine Zielgruppe und zeige es”, indem empirische Erkenntnisse zum empathischen Verständnis der Bedürfnisse und zu Ableitungen von Angeboten zur Bedürfnisbefriedigung beitragen, die die Generation wirklich betreffen

Ihr Kontakt



Dr. Robert Kecskes

Manager Strategic Customer
Development, GfK

+49 211 9365 3210

robert.kecskes@gfk.com