

APPROACH NO MERCADO



A sua marca quer conversar com a Geração Z? Por definição, a Geração Z é formada por jovens nascidos entre 1995 e 2010. A Approach Data laboratório de pesquisa do Grupo Approach, foi entender como se comporta a GenZ, que se tornou um dos principais targets de empresas de consumo e lifestyle. Nossos especialistas uniram as experiências vivenciadas no atendimento de grandes clientes como Rock in Rio, The Town, Sony, AliExpress, BIC, Nivea e tantas outros; para produzir um material rico em insights sobre o perfil desse público. Na News #Mercado de hoje, você vai saber mais sobre os Zoomers!

QUEM É A GERAÇÃO Z?

Eles são nativos digitais, nasceram quando o mundo já estava conectado, transformando-se em grandes pesquisadores digitais. **Gostam de usar a sua própria voz** e são a voz do futuro. **São pessoas ansiosas: 55% dos brasileiros parte da GenZ se consideram assim**, e geralmente essa ansiedade se dá por conta de trabalho, finanças e saúde mental. Entre os temas que mais os preocupam estão desemprego (33%), segurança pessoal/criminalidade (24%), custo de vida (23%) e mudanças climáticas (22%). **Os Zoomers**, como também são chamados, pensam no futuro **o tempo todo**.

Por outro lado, é uma geração mais propensa a acreditar na ideia do esforço próprio e querem aprender testando.

Assim, **trilham seus próprios caminhos e se veem como responsáveis por sua própria trajetória (de sucesso ou não)**. Os Zoomers tem como referências profissionais pessoas que mudaram a realidade e romperam com

os paradigmas: meninos de rua que viraram estrelas, pessoas de origem humilde que hoje têm negócios milionários, e até os próprios familiares que vieram de uma origem sem perspectivas. **Querem trabalhar com algo que dê flexibilidade, dinheiro e que permita usar seus talentos.** Gostam de ser desafiados, quebrar regras e criar novas formas de fazer as coisas.

COMO SÃO OS ZOOMERS NAS REDES SOCIAIS?

No Brasil, 64% da Geração Z fica de uma a seis horas por dia nas redes sociais, mas eles não estão apenas conectados, eles estão imersos na rede! O que eles consomem, seguem e compartilham reflete quem são. 81% da Geração Z no Brasil diz ter aprendido algo sobre si mesmo através dos seus hábitos de escuta e 84% diz que o formato de áudio permite explorar diferentes lados da personalidade. **Mesmo que não sejam oficialmente ‘criadores’, eles estão sempre criando algo:** 74% dos brasileiros até 26 anos criam ou compartilham conteúdo uma ou mais vezes por semana.

Eles usam a rede social para expressar paixões – principalmente no que diz respeito às causas sociais que acreditam. Como usam as redes sociais para mobilização, marcas que querem interagir com eles devem levar conteúdo que leve oportunidades para interagirem com os produtos e serviços. Eles querem ser parte e ter voz.

Outro ponto é que os zoomers acompanham **tudo que está em alta e tem o twitter como** rede favorita para se informar sobre o que acontece no mundo. Apesar de usarem as redes para se inteirar dos assuntos do momento, **a Geração Z dá valor ao entretenimento:** assistir vídeos de humor e temas diversos, séries, jornalismo e novelas estão entre os principais formatos de consumo deles. **As marcas presentes nesses canais têm mais chances de serem notadas por essa audiência.**

O QUE É INTERESSANTE PARA A GENZ?

Opinião é tudo! Para os Zoomers, opinar sobre um evento é uma forma de ganhar visibilidade em um mundo inconstante como forma de gerar conteúdo e fomentar conversas. Através de uma curadoria de informações por meio de pequenos conteúdos, eles constroem suas opiniões, o que lhes dá a sensação de uma visão pessoal das coisas.

E, apesar de se interessarem por #tudoaomesmotempo, eles só se manifestam publicamente – e investem tempo nos ‘textões’ - pelos assuntos com os quais realmente se identificam.

Existe um senso de comunidade que é intrínseco à GenZ. A “cultura de nicho” reflete uma mudança da demografia para a psicografia, levando à formação de grupos baseados na representação de interesses compartilhados. São nesses espaços que os membros se conectam, colaboram e se comunicam por meio de redes sociais e fóruns. O Discord e a Twitch são exemplos que vem atraindo marcas para um diálogo e aproximação com a geração.

COMO FALAR COM A GERAÇÃO Z?

Para comunicar com a Geração Z, é preciso analisar se sua mensagem tem valor para eles, levando em conta os pontos chave para esse diálogo acontecer, que serão analisados pelos Zoomers. São eles: diversidade e inclusão, ética, responsabilidade ambiental e social. É uma geração que avalia se a marca comunica com suas próprias crenças e valores – se uma empresa possui um discurso raso, que não é colocado em prática, ela dificilmente terá espaço entre a GenZ.

Aproveitar do humor e da descontração nas comunicações atrairá a atenção desses jovens, além do entusiasmo – eles precisam enxergar que aquilo importa para sua marca. A empolgação será fundamental para despertar o interesse neles, especialmente se tiver um Call to Action (CTA) ou se for uma ação com o desejo de viralizar.

Mostrar que sua marca está engajada em construir um futuro melhor, disposta a se transformar para mudar o mundo, despertará neles uma identificação capaz de engajá-los no que for proposto pela sua mensagem. O caráter informativo também é uma boa aposta, pois é uma geração que gosta de estar por dentro de tudo o que acontece no mundo – especialmente causas sociais, sustentabilidade, tecnologia, serviços/produtos e mercado de trabalho. Os Zoomers passam bastante tempo nas redes sociais, mas é importante estar atento aos outros formatos que consomem para entrar no universo deles tanto online como offline, de modo a criar uma relação de longo prazo entre sua marca e eles.

NÓS PODEMOS TE AJUDAR!

No Grupo Approach, a pluralidade de perfis de colaboradores e desafios dos nossos clientes, nos faz cada vez mais especialistas em como comunicar com cada geração da melhor forma possível. A Geração Z é, hoje, a mais desafiadora quanto a abordagem mais eficaz de passar uma mensagem. É preciso uma combinação de formato e conteúdo que se atualizam em ritmo acelerado, que demanda equipe multidisciplinar e conectada. Que tal conversar com nosso time e saber como podemos ajudar sua marca nesse desafio? Fale com a gente através do e-mail: comercial@approach.com.br. Vamos juntos!

Novos Tempos, Novos Approaches.