

adaptive
media



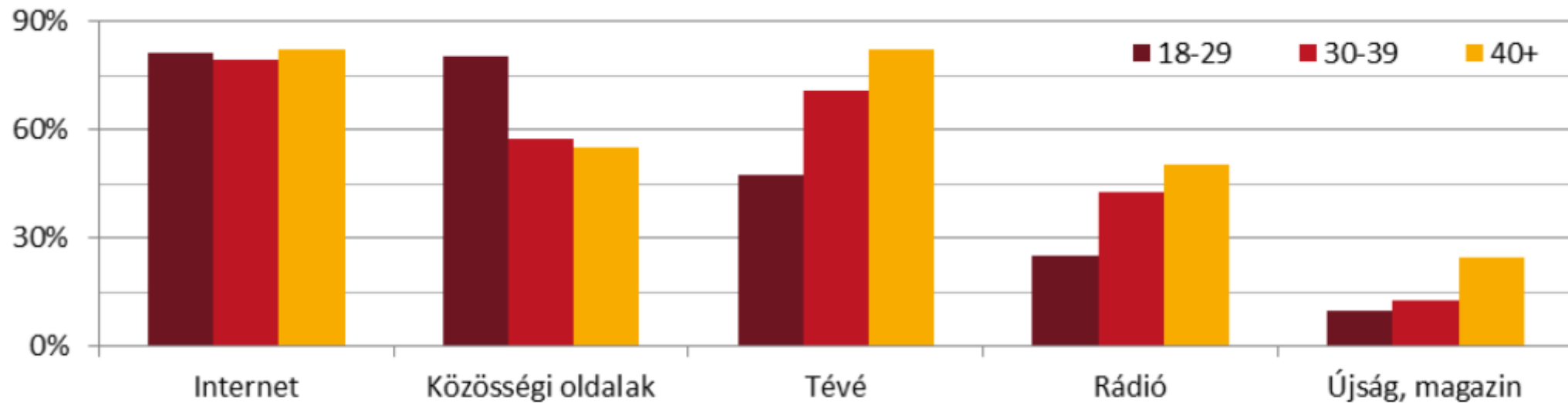
KISEMBEREK - nagyemberek

Mindenkihez másképp szólj

Generációs elméletek

- **Veterán generáció** (1925 - 1945) – építő vagy csendes generáció
- **Babyboom generáció** (1945 - 1960)
- **X generáció** (1960 - 1980)
- **Y generáció** (1980 - 1995)
- **Z generáció** (1995 után)
- **Alfa generáció** (2010 után) – új csendes generáció

Generációk – Változó médiafogyasztás



eNET 1. ábra Naponta elérhető internetezők aránya különböző csatornákon, korcsoportonként
Forrás: eNET online kutatás, 2015. április, VeVa online kutatási közösség, N=1037 fő, 18+ internetezők





Generációk – eltérő igények



Z generáció
(8-22 éves korosztály)



Y generáció
(23-37 éves korosztály)



X generáció
(38-52 éves korosztály)



baby-boomer generáció
(53-71 éves korosztály)

#1

internetezési lehetőség
(88%)

tisztálkodási lehetőség
(59%)

tisztálkodási lehetőség
(60%)

ételtárolási, főzési lehetőség
(53%)

#2

zenehallgatási lehetőség
(44%)

internetezési lehetőség
(57%)

ételtárolási, főzési lehetőség
(55%)

tévénézési lehetőség
(49%)

#3

tisztálkodási lehetőség
(43%)

ételtárolási, főzési lehetőség
(40%)

tévénézési lehetőség
(38%)

tisztálkodás lehetőség
(45%)

1. ábra Ön szerint az egyes generációk tagjainak mi a három legfontosabb, amikről semmiképp sem lennének hajlandóak lemondani otthonukban? (három választ lehetett megjelölni)



Forrás: eNET online kutatás, 2017. szeptember, VeVa online kutatási közösség, N=626 fő, 18+ internetezők

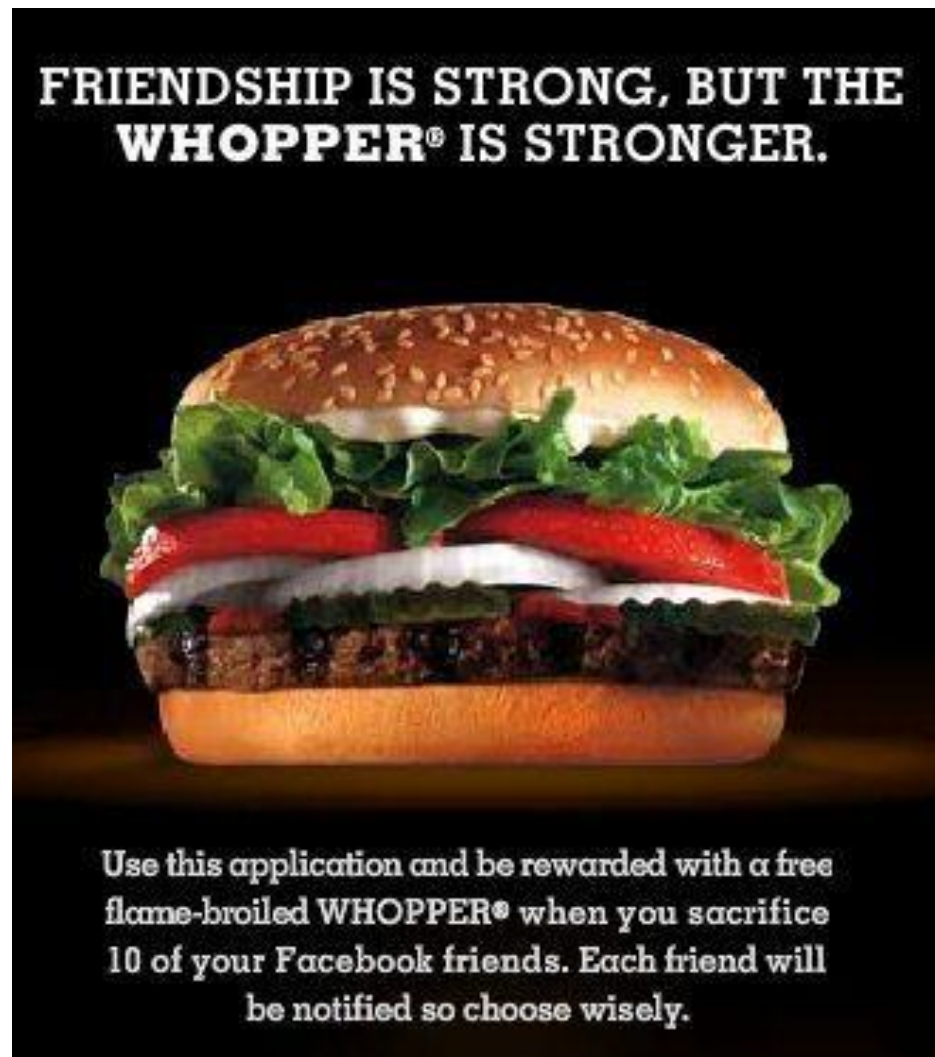
Képek forrása: Freepik

Mindenkihez másképp szólj

1.



2.



Mindenkihe"Z" Másképp szólj

OREO Double Instagram alapú, Z generációt célzó bevezető kampánya



The image shows a simulated Instagram post for the Oreo Double Lick for it challenge. At the top, there is an Instagram logo, a search bar with the text "Keresés", and a "Bejelentkezés" (Login) button. The main content is a 3x3 grid of images. The top row shows the "Lick for it" logo with "DOUBLE OREO" above it. The middle row shows a close-up of an Oreo Double cookie. The bottom row shows a close-up of the white cream filling of an Oreo Double cookie. To the right of the grid is a large blue banner with white text. The banner contains two numbered steps: 3. "NYALJ LE ÉLŐBEN EGY OREO DOUBLE-T, ÉS ÖT TELI DOBOZ ÜTI A MARKOD!" and 4. "VÁLLALD BE A DUPLA VAGY SEMMI KIHÍVÁST 10 DOBOZ OREO DOUBLE-ÉRT ÉS A GYMBAGÉRT!". At the bottom of the banner is the "Lick for it" logo.

Instagram interface elements: Search bar (Keresés), Login button (Bejelentkezés).

Challenge details:

- 3. NYALJ LE ÉLŐBEN EGY OREO DOUBLE-T, ÉS ÖT TELI DOBOZ ÜTI A MARKOD!
- 4. VÁLLALD BE A DUPLA VAGY SEMMI KIHÍVÁST 10 DOBOZ OREO DOUBLE-ÉRT ÉS A GYMBAGÉRT!

OREO Double Lick for it logo.

🕒 2017.02.23. @ 15.02

KOLLEKCIÓ LIMITED EDITION SPORT TISZA TISZA SPORT

Itt a tavasz legmenőbb sportkollekciója: Tisza x Edző

Kényelmes és menő edzőcipő, pulcsik és vagány pólók: garantált, hogy a Tisza limited edition kollekcióját nemcsak sportolás közben fogod majd hordani!

Kovács Brigitta

0

Megosztás

Oszd meg a cikket

f MEGOSZTÁS

G+ MEGOSZTÁS

🐦 TWEET

p PIN

✉ E-MAIL

Tisza X Edző limited edition



LIMITED EDITION



Ezt már olvastad?



2017. DMBP Legjobb megoldása



„Follow the Rabbit”
Ügynökség: Café Communications
Társpályázó: Be Social
Megbízó: Dealogic Hungary

adaptive
media



KÖSZÖNÖM A FIGYELMET!

Horváth Tamás