

Fiatalok, akik saját e-kereskedelmi hálózatot alakítottak ki...

Bernschütz Mária, PhD

Eduvus Főiskola

Fő üzenetek:

- 1, Felnőttek technofóbiája vs. Fiatalok technofíliája
- 2, e- kereskedelmi formák fiatalok közt
- 3, Hálózatok szerepe



Felnőttek technofóbiája vs. fiatalok technofíliája

- Ismerjük a kutyüinket? És a párunkét? És a gyermekünkét?
- Ők ismerik a miénket, sajátjukat, és azt is tudják, mit akarnak majd legközelebb megvenni!
- Fiatalok hatása a szülők pénztárcájára
 - kutatási eredmény az autóvásárlási szokások megváltozása: a gyerek választja ki
 - Sulis-bulis árak: 349 000 ft helyett csak 319 000 ft – szlogen kinek szól, és ő majd KINEK szól, hogy kell neki?
 - Utánanéznak –e a szülők a megveendő kutyüknek? Paramétereiben elvesznek-e, vagy rábízzák-e a fiatalra?

E-kereskedelmi formák fiatalok közt



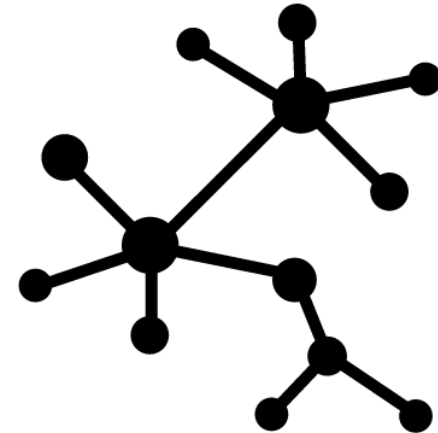
- 1. Facebook- bolt
 - Ebay - berendelés
 - „Alacsony ár egyedi darabok”
- 2. lakás-, garázs vásár (szülőktől kapott holmik eladásával)
 - A tulajdonjognak három aspektusa van, a birtoklás, a rendelkezésre állás, valamint a használat. Értékesítéssel a szülői tulajdonjog kiüresedése
- 3. instagram saját ajánlat, stratégia pl.: weworewhat
 - Saját hirdetési stratégia

Hálózatok szerepe

- Fiatalok hatása egymásra - véleményvezetők
 - Prosumer
 - Ágens
 - Üzletember, Sikerember
- További szerepek:
 - Véleménykibocsátó, híd, információgyűjtő
- Peer-to-peer? A kortársak befolyás - stílusra, szóhasználatra, márkára, mit vegyek és hol



Hálózatok szerepe



- Véleményvezetők hatása
 - Kik ma? – Vloggerek,
 - Goodlike - videóletöltés generálás áttünéssel, szék, IT csomag
 - Gabifrizurái - smink, ruha saját holmik értékesítése, ajánlás
 - The Sense – ruha, vásárlás
 - Weworewhat – ruha ajánlás
- Egymást befolyásoló hatások
 - Materializmus
 - Anyagiak



Online fizetés kutatás eredménye (Z generáció)

Hallgatói kvalitatív-kvantitatív kutatás eredményéből (alátámasztás):

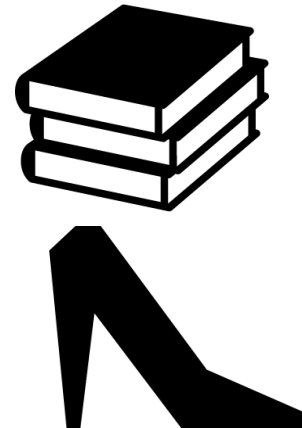
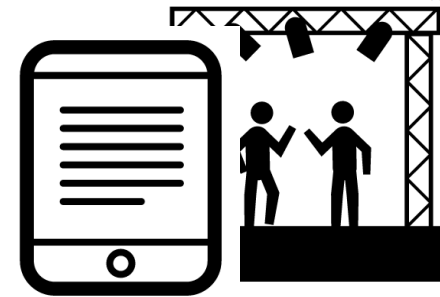
Ismert webáruházak: Ebay, vatera, amazon, emag

Mit: Műszaki termék, ruha

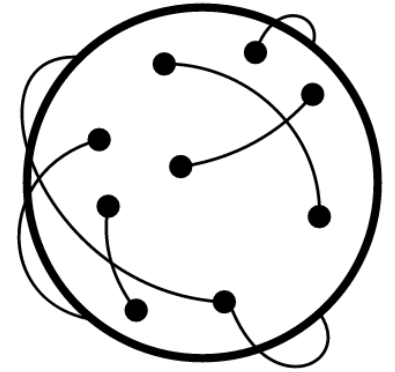
Ellenőrző kérdés:

- CVC2 kód nem ismerete, nem ők vásárolnak,
- miért nem?: félelem, dombornyomatú kártya hiánya, adatkiadás, kényelem

76%-ban – szülő kártyahasználat



Összefoglalás

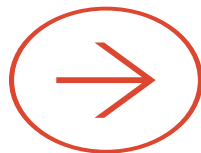


Technofóbia vs. Technofília – előny felismerése

E- kereskedelmi „üzletecskék”, pénzcsinálás

Hálózatok szerepe-véleményvezető és kortársak

Köszönöm a
figyelmet!



bernschutz.maria@gmail.com

(Kattintson, és írjon)