

kiedyś

GRE

dzisiaj

Y

SILVER



Łukasz Kołdys

Marcin Gotowiec



Dwie grupy Internautów...

16-49



50+



...zapytaliśmy o...



czas wolny



finanse



nowe
technologie



media



zakupy



reklamy



...a dodatkowo porównaliśmy kluczowe wyniki dotyczące grupy 50+ z wiedzą marketerów nt. srebrnej gospodarki

3/4

Silver Generation
nie identyfikuje się
ze swoimi rówieśnikami z reklam

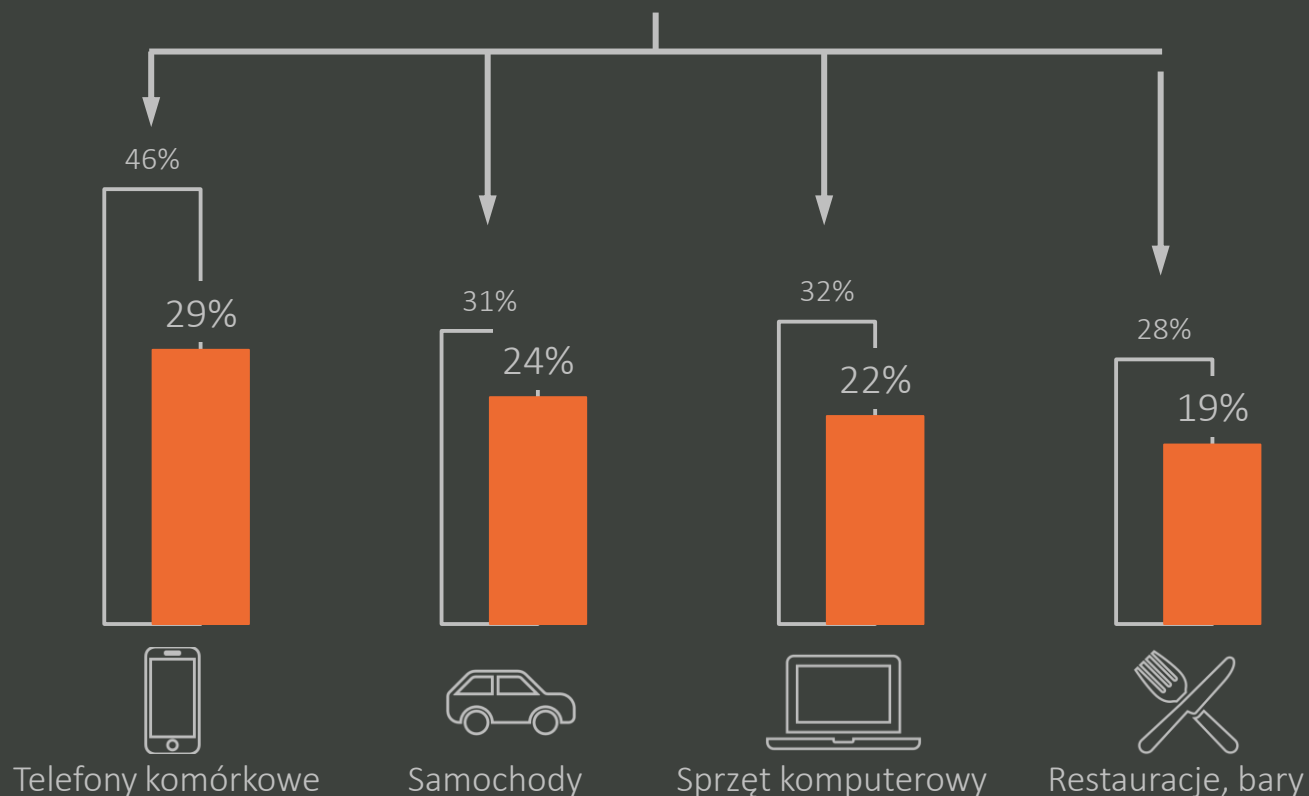
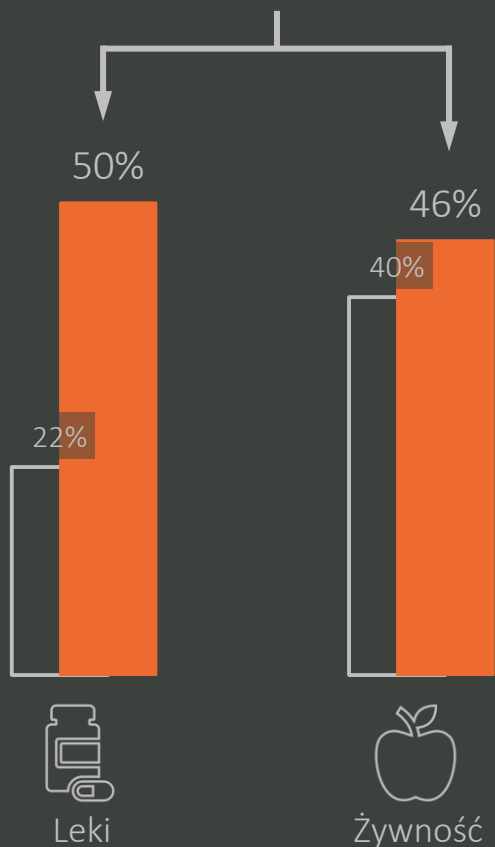


W jakich kategoriach Silver Generation znajduje produkty dla siebie?

Silver Generation czuje się przede wszystkim odbiorcą ofert leków i żywności

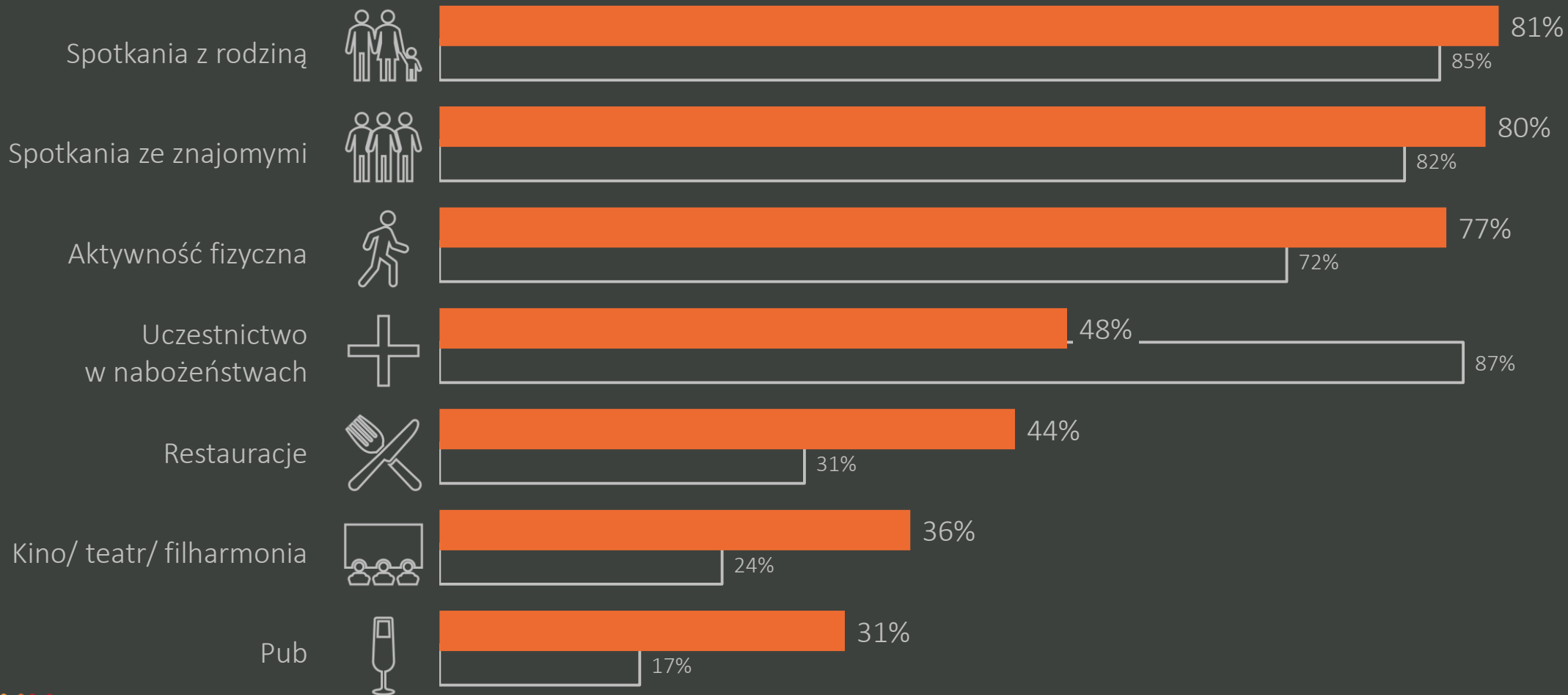


Widoczna luka w dopasowaniu do dojrzałych konsumentów ofert: telefonów komórkowych, komputerów, samochodów czy barów i restauracji



Jak marketerzy postrzegają Silver Generation?

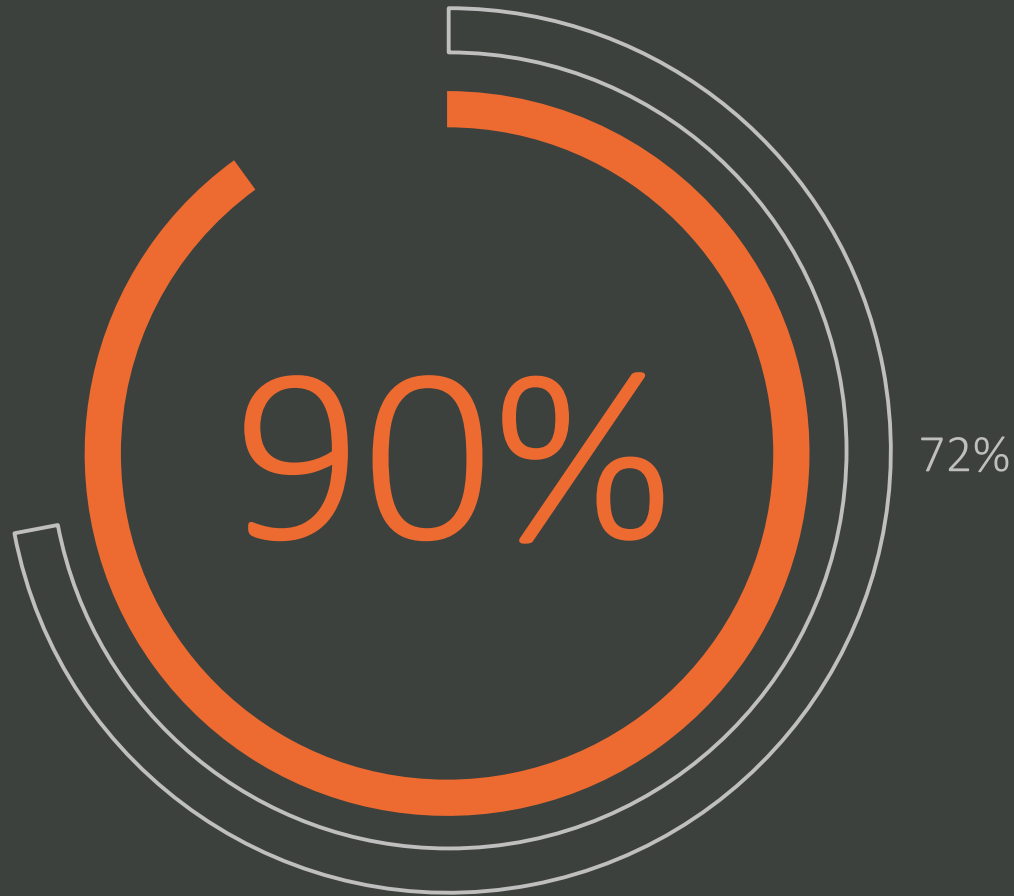
Raz w miesiącu lub częściej:



Jaka powinna być

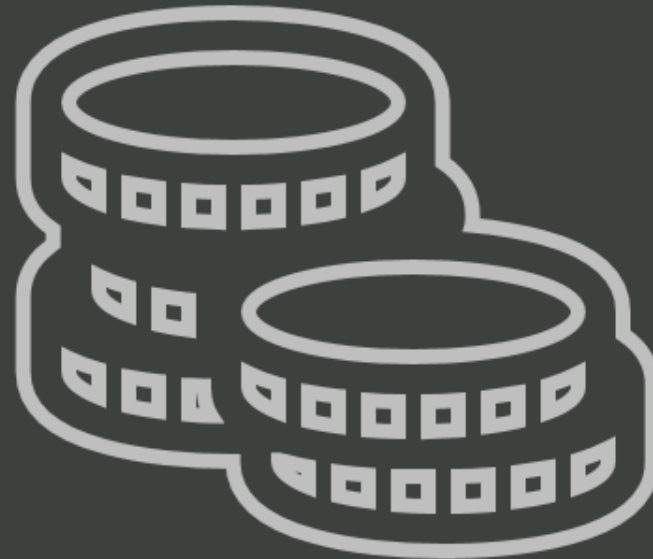
komunikacja?

Po pierwsze powinna być jakaś komunikacja,
do seniorów WARTO mówić



90% Silver Generation posiada
stałe źródło dochodu

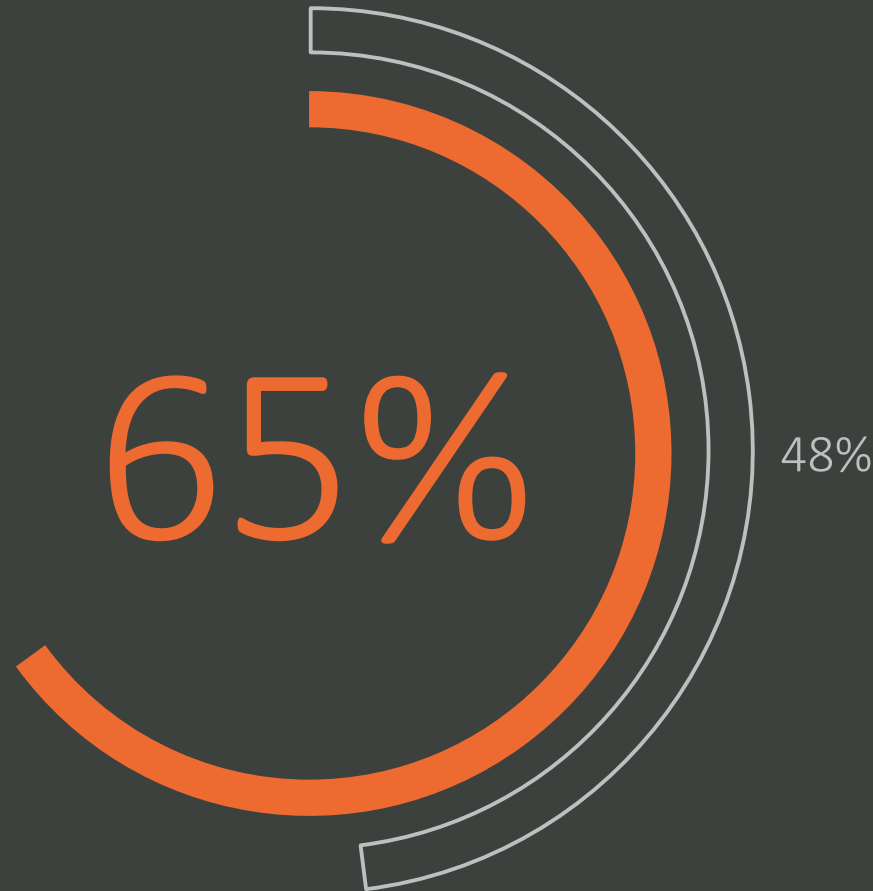
To 1/4 więcej niż w grupie
komercyjnej!



Po pierwsze powinna być jakaś komunikacja,
do seniorów WARTO mówić

Marketerzy niedoszacowują
odsetka seniorów posiadających
oszczędności.

W rzeczywistości oszczędności
posiada nie 1/2 ale 2/3 z nich.



W komunikacji do seniorów warto wykorzystać tradycyjną reklamę! częściej oglądają reklamy telewizyjne



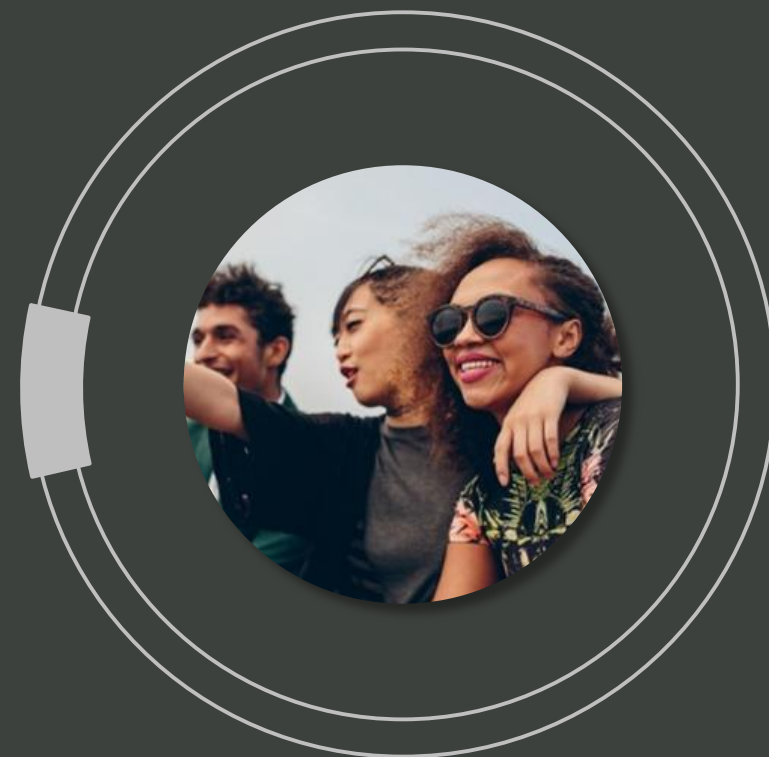
50+

Co najczęściej robisz w przerwie na reklamy?

Oglądam reklamy

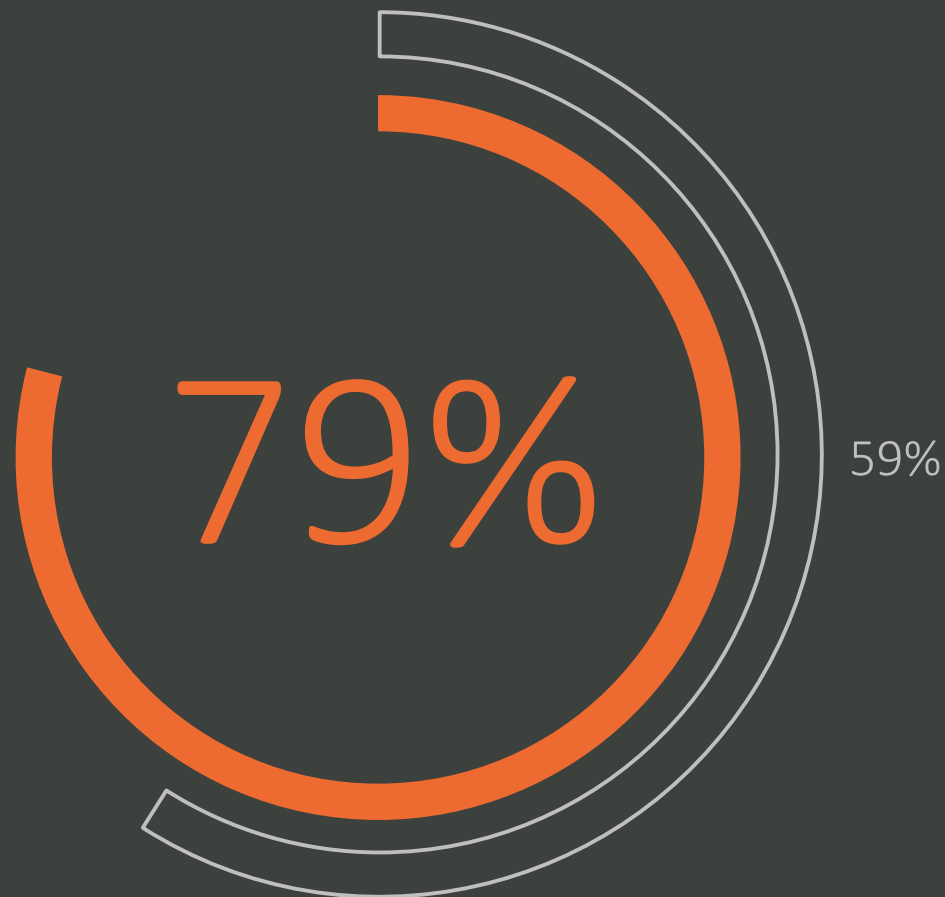
16%

7%



16-49

W komunikacji do seniorów warto wykorzystać tradycyjną reklamę! intensywnie korzystają z TV

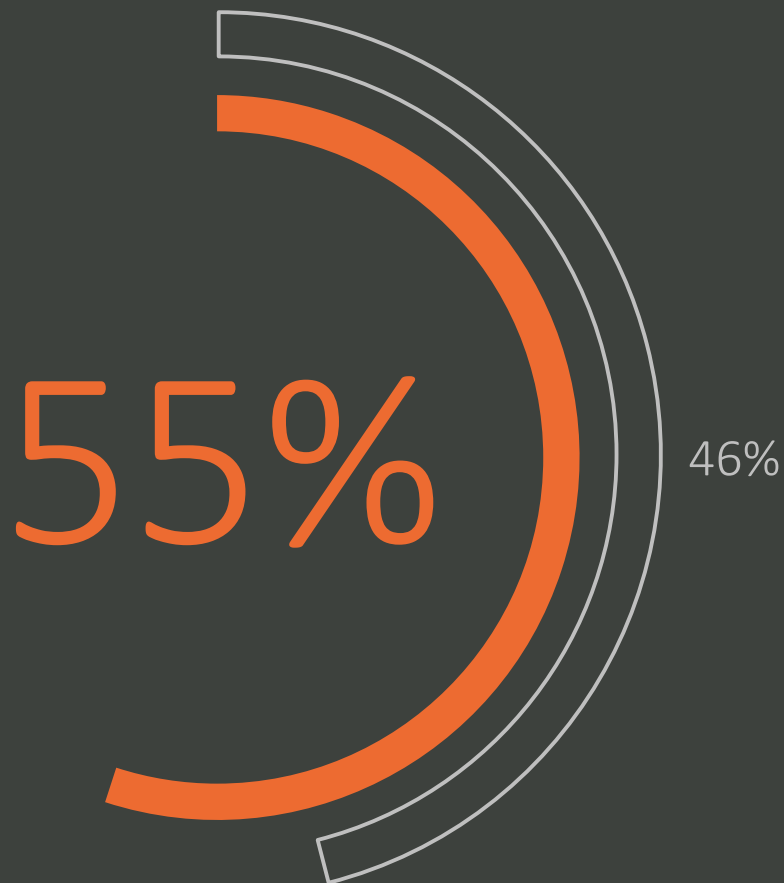


4 z 5 seniorów codziennie
(lub prawie codziennie)
ogląda telewizję.

59%



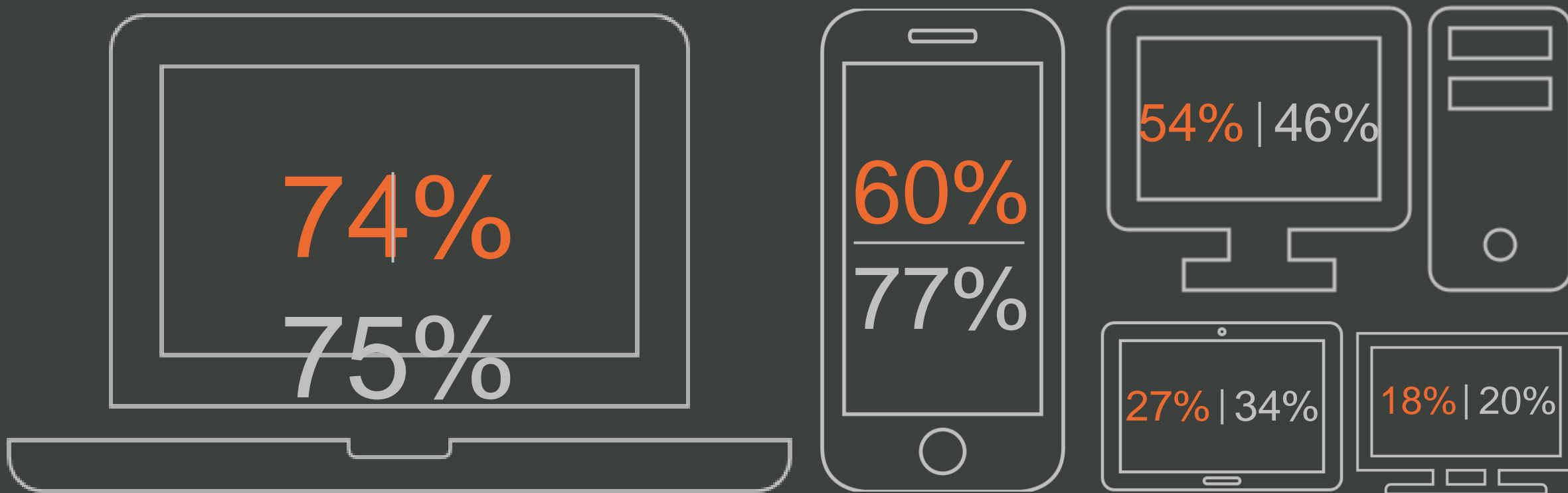
W komunikacji do seniorów warto wykorzystać tradycyjną reklamę! intensywnie korzystają z radia



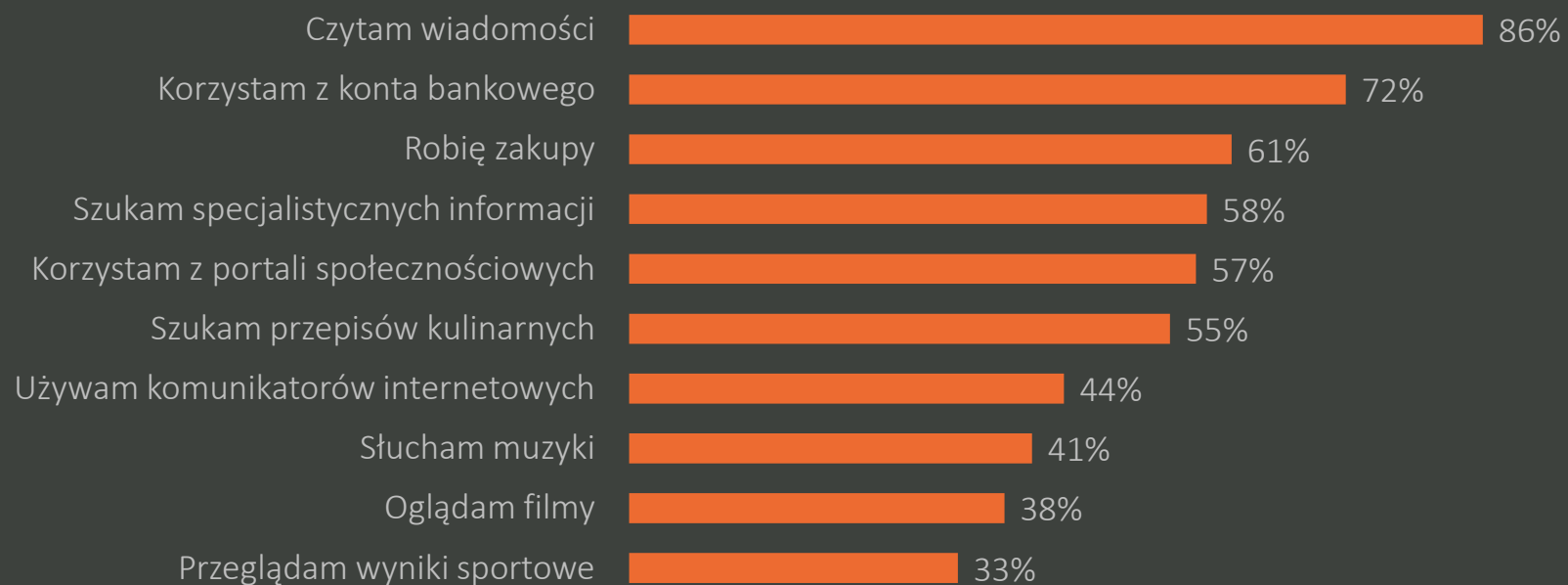
Ponad połowa seniorów codziennie lub prawie codziennie słucha radia.



Nie należy bać się reklamy Digital!
mimo, że rzadko łączą się z Internetem przy pomocy małych ekranów,
to są aktywni w sieci

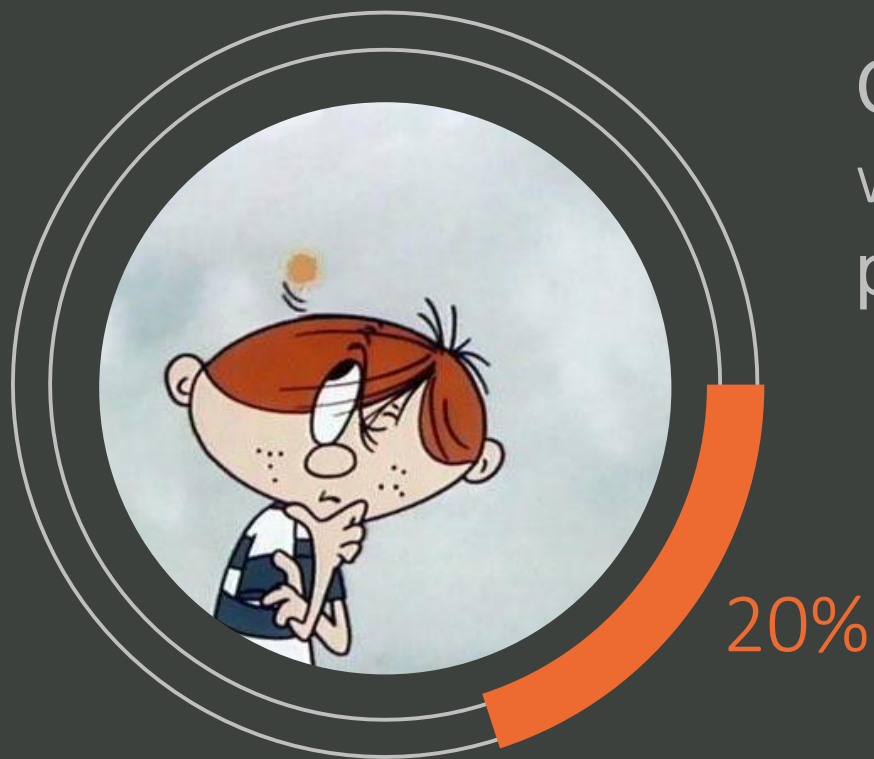


Nie należy bać się reklamy Digital!



TOP 10

Jak zwracać się do seniorów? doceniają proste i jasne komunikaty



Co piąty senior jako największą trudność w obsłudze nowych urządzeń wskazuje problemy z instrukcją obsługi

#skomplikowana

#niejasna

#techniczny język

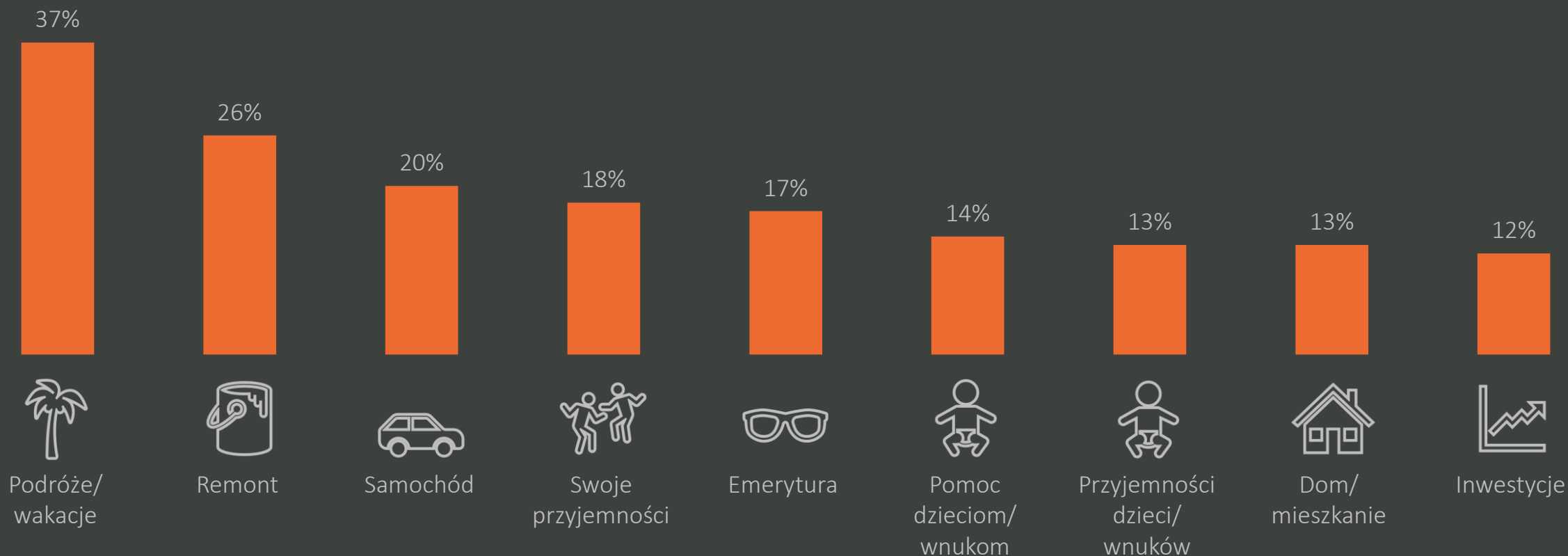
#użycie języka angielskiego

#zbyt mała czcionka

#brak instrukcji

O czym mówić do seniorów? mają swoje marzenia, które chcą spełniać (a które my możemy zaadresować)

Cel oszczędności



Jaka powinna być komunikacja skierowana do seniorów?

Powinna BYĆ – nie można pomijać tej grupy

Należy korzystać z tradycyjnej reklamy

Nie trzeba bać się digitalu

Należy dbać o proste komunikaty

Trzeba adresować ich marzenia

Do seniorów WARTO MÓWIĆ

Dziękujemy!

Łukasz Kołdys

Marcin Gotowiec



WAVEMAKER
MEDIA. CONTENT. TECHNOLOGY.