

ACADEMY
by NUMEN

MARKETING DIGITAL

MODULO 1: MARKETING DIGITAL
PROFESOR FERNANDO CERIMEDO

01

Academianumen.com

Unidad 1



Lección 3

Comportamiento Generacional



Definiciones

El comportamiento generacional es clave a la hora de poder comunicar y elaborar una estrategia de marketing digital.

IMPORTANTE: el comportamiento generacional no solo depende de la edad de los usuarios, si no de su comportamiento en el ecosistema digital.

Academianumen.com

Título + Cuadro comparativo

	BABY BOOMERS	GENERACIÓN X	MILLENNIALS	GENERACIÓN Z
Generación	(1946- 1964) De 54 y 73 años	(1964- 1982) De 36 y 53 años	(1982- 2000) De 18 y 36 años	(desde 2000) 18 años
Hitos	Guerra fría, Woodstock	Muro de Berlín, Early Mobile	Globalización, 9/11	Calentamiento global, Boom de la tecnología
Conectividad	Análogos	Inmigrantes Digitales	Nativos Digitales	Nativos Digitales
Dispositivos	Televisión	Computadora de escritorio	Mobile y Tablets.	Mobile, Consolas de Juegos.
Comunicación	Teléfono de Línea	Email	Celulares, Facebook	En línea
Motivación	Orden y estructura	Logros y Metas	Sociabilización, disfrute	Movilidad
Trabajo	Valoran el estatus y la jerarquía.	Buscan el éxito medido en dinero.	Relacionan el trabajo con placer.	-
Tipo de compradores	Toman decisiones analizadas	Toman decisiones analizadas	Toman decisiones inmediatas	Toman decisiones inmediatas y variadas.
Características de consumo	Fieles a las Marcas, compran en las tiendas	Adquieren productos aspiracionales y de lujo	Buscan Marcas de Nicho, compras digitales.	Inspiración y compra digital.

La generación que sigue a los Posmillennial es la **Generación T, nacidos en 2010 en adelante y presenta un gran desafío ya que se manejan de manera totalmente digital, osea, sin ningún tipo de interacción análoga.**

ACADEMY
by NUMEN