

„Jelen vannak”

Az Y generáció online jelenlétének vizsgálata



Közösségi médiahasználati trendek
Tényleg csak a neten vannak jelen!?



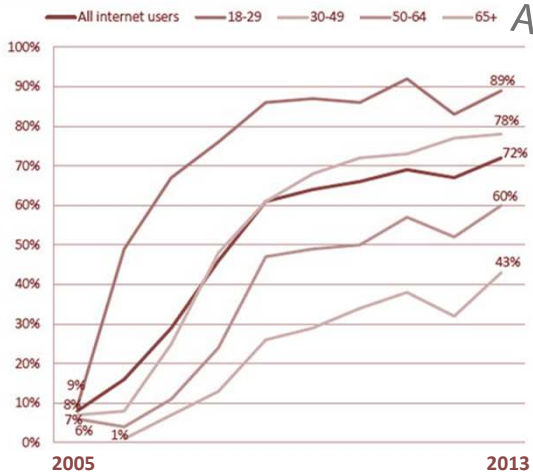
Y Generáció....hisszük is meg nem is
Az ipszilonok: a leggyakrabban szapult generáció
Az általánosítás eltúlzott? – Mi van az egyéniséggel?



Az online jelenlét megkülönbözteti digitális bennszületteket?
662 Y generációs megkérdezett válasza alapján



A közösségi média használata minden földrészen hódít



Az Európai Unióban....

A 16 és 74 év közötti internethasználók 63 %-a használt közösségi oldalakat

A fiatalok körében ez az arány 88 %

Az idősebb generáció 30%-a facebookozik

ec.europa.eu

Az USA-ban

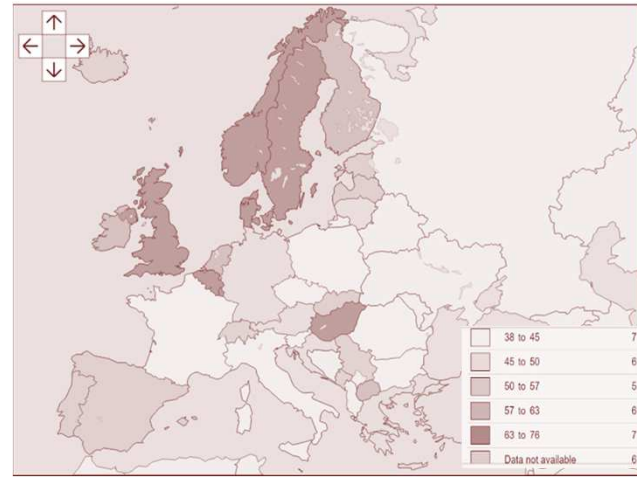
2013-ban az amerikai felnőtt lakosság 72%-a volt jelen valamelyik közösségi felületen

Az Y generáció 42 %-a rendszeresen oszt meg híreket és cikkeket a Facebookon

34 % kommentet is fűz az írásokhoz

Szórakozásra használja, munkáügyek miatt csak 5 % lép be

pewinternet.org





A magyarországi fiatalok több mint háromnegyede tagja valamelyik online közösségi szolgáltatásnak.

Naponta átlagosan 86 percet Facebookozik.

Az intenzív felhasználók körében több a nő.

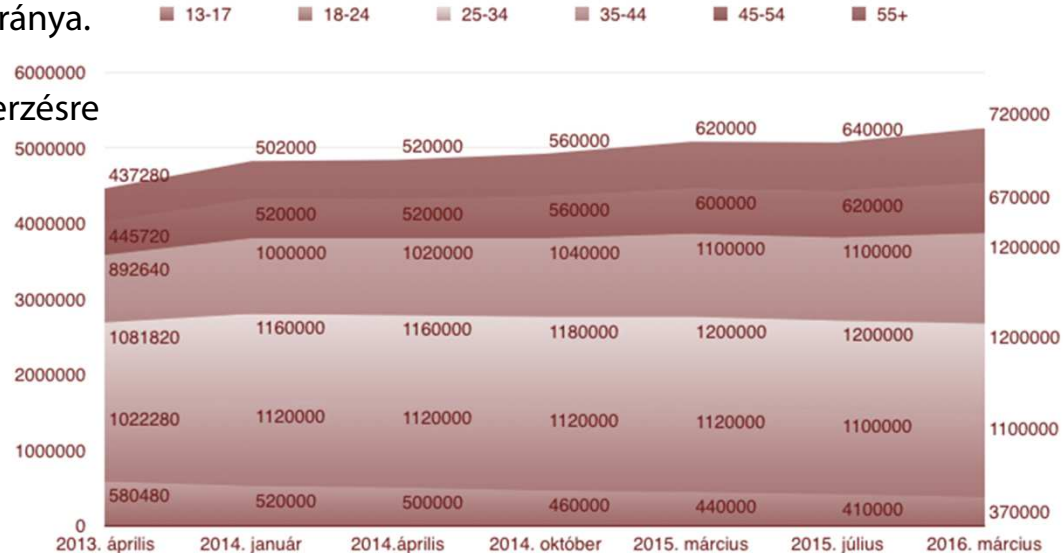
A kevésbé intenzív felhasználóknál a férfiak, a felsőfokú végzettségűek, illetve a harmincasok vannak többen.

A kor előrehaladtával csökken a regisztráltak aránya.

A végzettség emelkedésével azonban nő a regisztráltak aránya.

Mindeközben nálunk...

30%-a szórakozásra használja,
22%-uk általános információszerezésre
mte.hu



A hipstereknek leáldozott, itt vannak a yuccie-k!

A hipstereknek reszelték: vége a szakáll uralmának!

A hipster már teljesen OUT, és helyett egy egészen borzasztó szó az IN: a yuccie, azaz a júki

Yuppie-k helyett bobók



A gazdag yuppiek még mindig élnek a Mad Max világát

• Generációkutatás

- Hipster – céltalanul tengődő, individualista személyiség, 2014-ig voltak jelen a kulturális világban.
- Yuppie (Young Urban Professional) – főleg férfiak, karrierépítők, egészségtudatosak, későn házasodnak.
- Yuccie (Young Urban Creative) – „Keresztezd a yuppiekat és a hipstereket, és megkapod a legidegesítőbb kombinációt.”
- Csak divatirányzat, szubkultúra vagy fontos különbség....
- Mindegyikük a robbanásszerű digitális fejlődés korában nevelkedett. Online viselkedésmintáik is ennyire különböznek?





Várhatóan a digitális eszközpiac is változik

2016-ban már a lakosság 64%-a rendelkezett okostelefonnal.

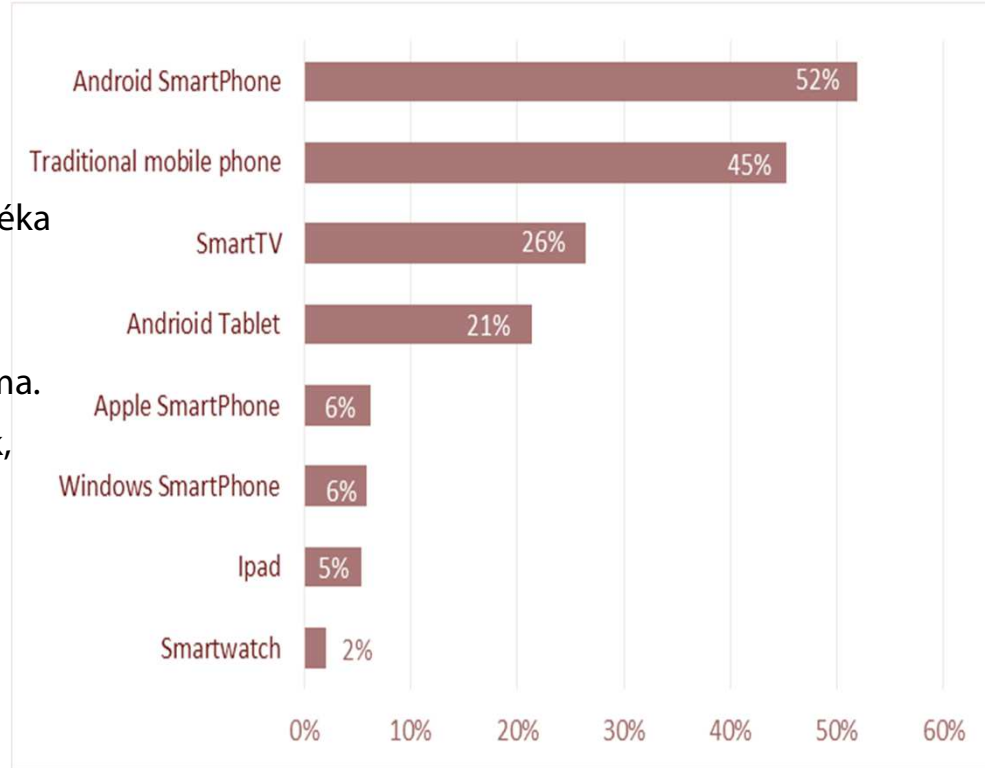
15-49 éves internetezők 51 százaléka használta mobilon az internetet.

20% táblagépet használ.

Csökken a PC-k és laptopok száma.

A mobilozók 37%-a facebookozik, 40%-a chatel.

GfK Hungária Piackutató Intézet



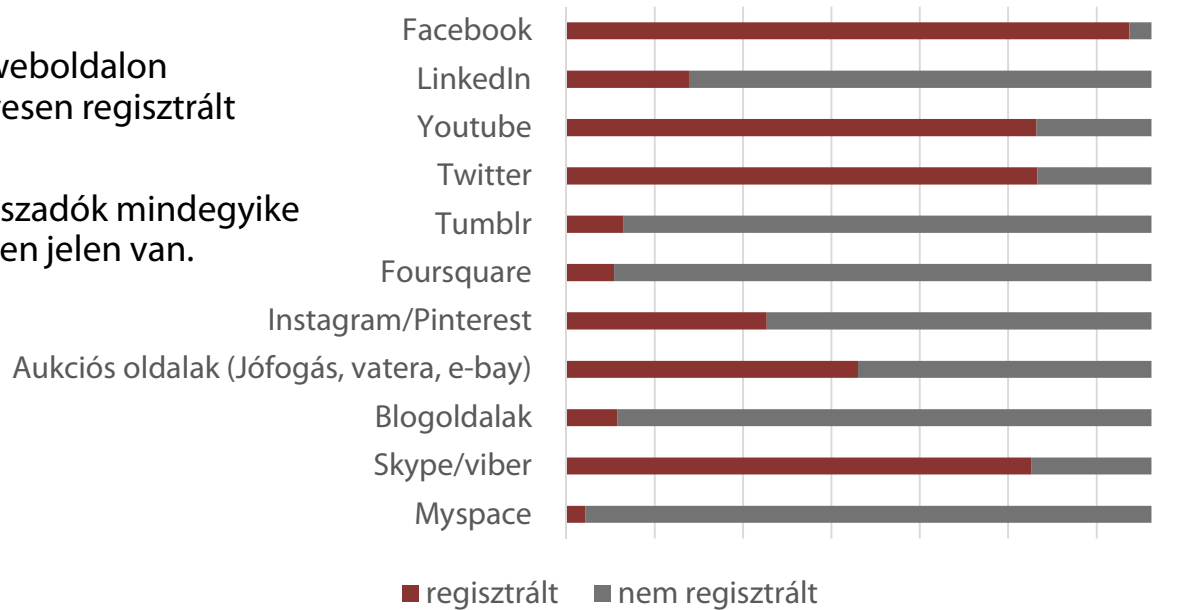


Kérjük jelölje meg, melyik online felület(ek)en regisztrált felhasználó?

Az Y generációs válaszadók legnagyobb arányban a Facebook, a Youtube, az Instagram, az aukciós oldalak valamint a Skype/Viber alkalmazáson vannak jelen.

A többi ismertebb weboldalon arányaiban csak kevesen regisztrált felhasználók.

Az 5 felületen a válaszadók mindegyike legalább egy felületen jelen van.

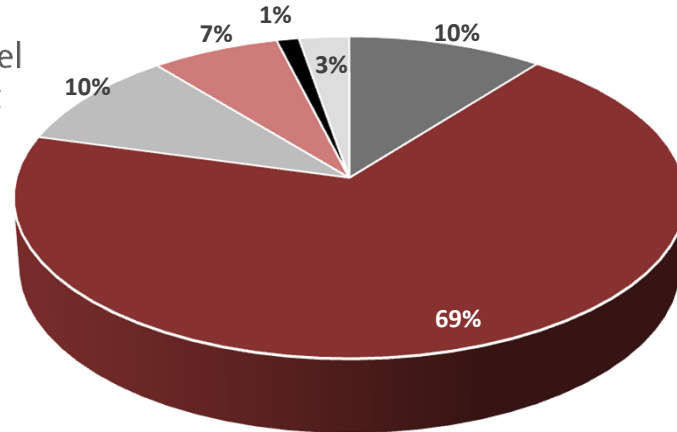




Milyen gyakran használja a választott felületeket?

A válaszadók közel 70%-a naponta többször is használja azt/azokat a felületeket, melyre regisztrált.

Több, mint 80%-a napi rendszerességgel látogatja az általa választott felületeket



- Állandóan jelen vagyok
- Naponta többször
- Naponta legfeljebb egyszer
- Hetente többször, de nem naponta
- Hetente legfeljebb egyszer
- Ritkábban



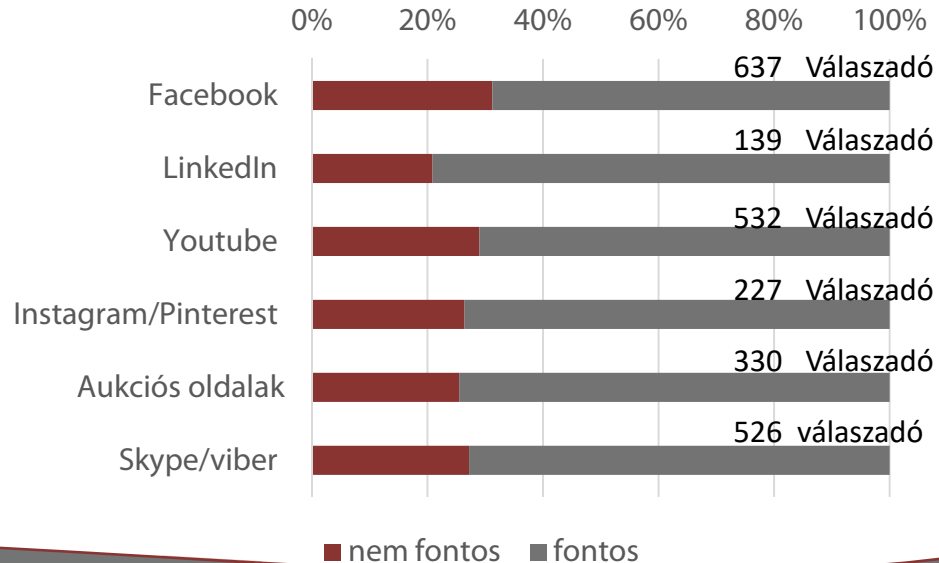


Mennyire tartja fontosnak, hogy folyamatos Internet kapcsolatot tudjon fenntartani/elérni?

A folyamatos online jelenlét az 5 legtöbb regisztrálót vonzó oldal estében több, mint kétszeres fontossággal bír.

Arányaiban a Facebook regisztráltak tartották legkevésbé fontosnak az állandó elérhetőséget.

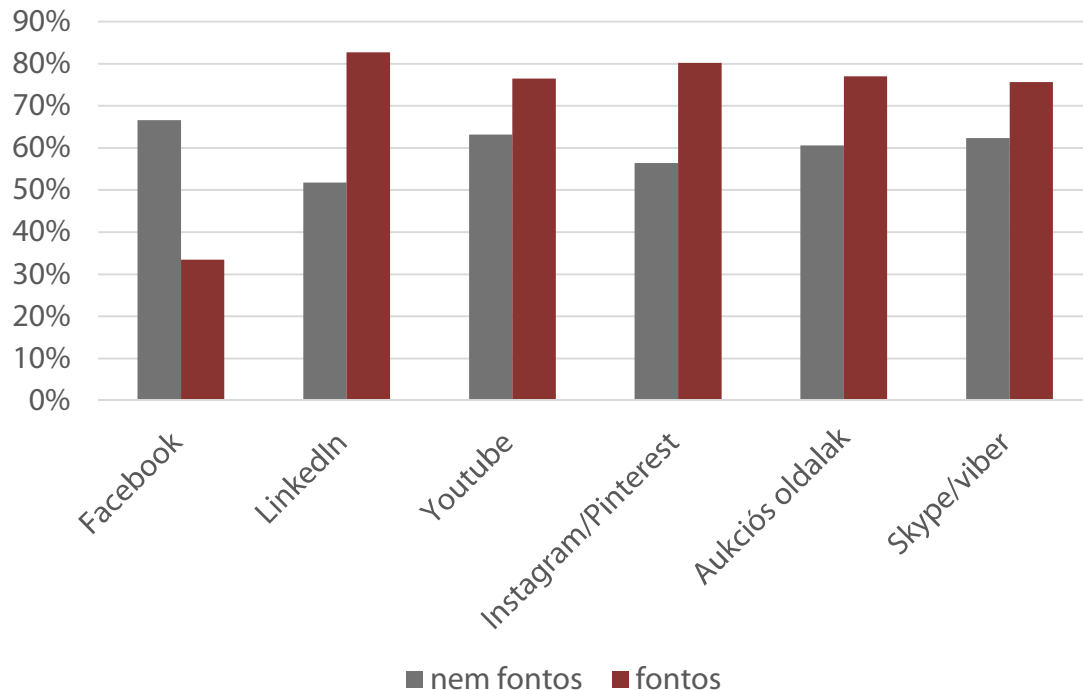
A LinkedIn felhasználói számára volt legfontosabb a folyamatos elérhetőség.

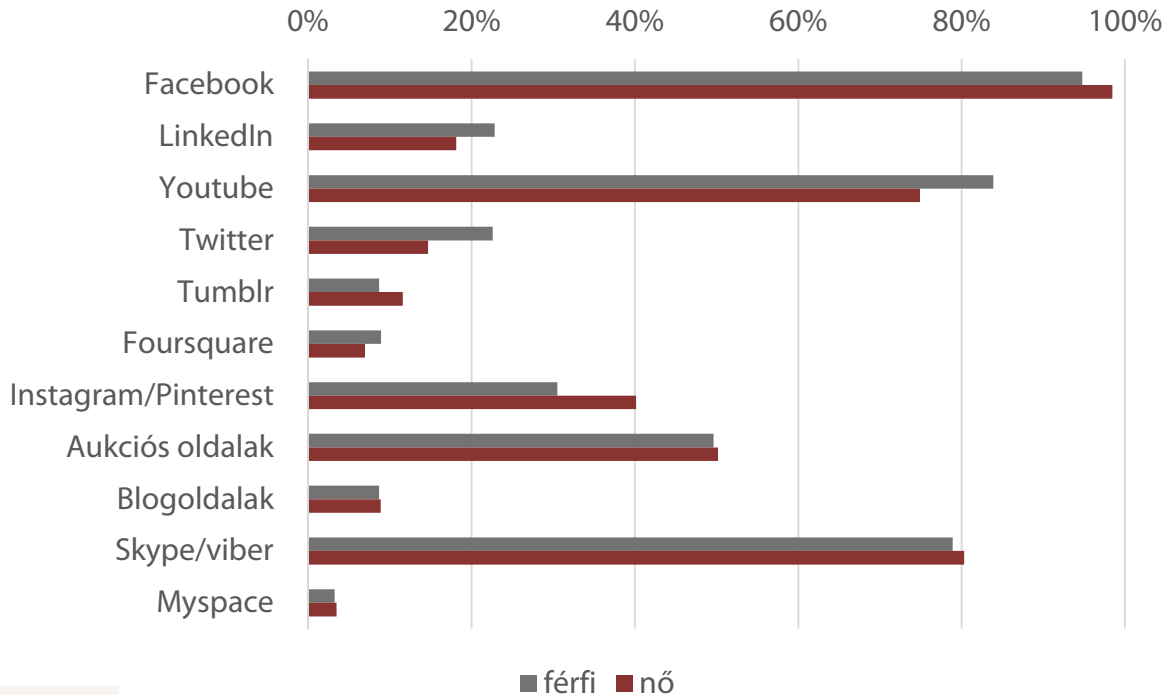


Mennyire fontos az Ön számára, hogy a legújabb technológiai eszközöket használja?



A Facebook kivételével minden felület felhasználója fontosnak tartotta, hogy a legújabb technológiai eszközöket használja.





A nők körében kedveltebb a Facebook, az Instagram és a Skype/Viber alkalmazások, míg a férfiak a LinkedIn, a Youtube és a Twitter felületét preferálják.




Ők lesznek a jövő dolgozói


Offline helyett online....



Minden összehasonlítás eredménye azt mutatta, hogy a vizsgálatunkban szereplő Y generáció tagjai a legismertebb felhasználói felületeken nagyon hasonlóan viselkednek.



Nem tudunk közöttük jelentős különbséget kimutatni a nethasználati szokásaik alapján. A nők kicsit jobban szeretik a facebookot, a családosok kevesebb időt fordítanak az internetezésre, de ezek nem generációból fakadó jellemzők.



A csoport, az egyik legfontosabb jellemzője, az online jelenlét alapján homogénnek tekinthető.