HAY VIDA MÁS ALLÁ DE LOS MILLENNIALS

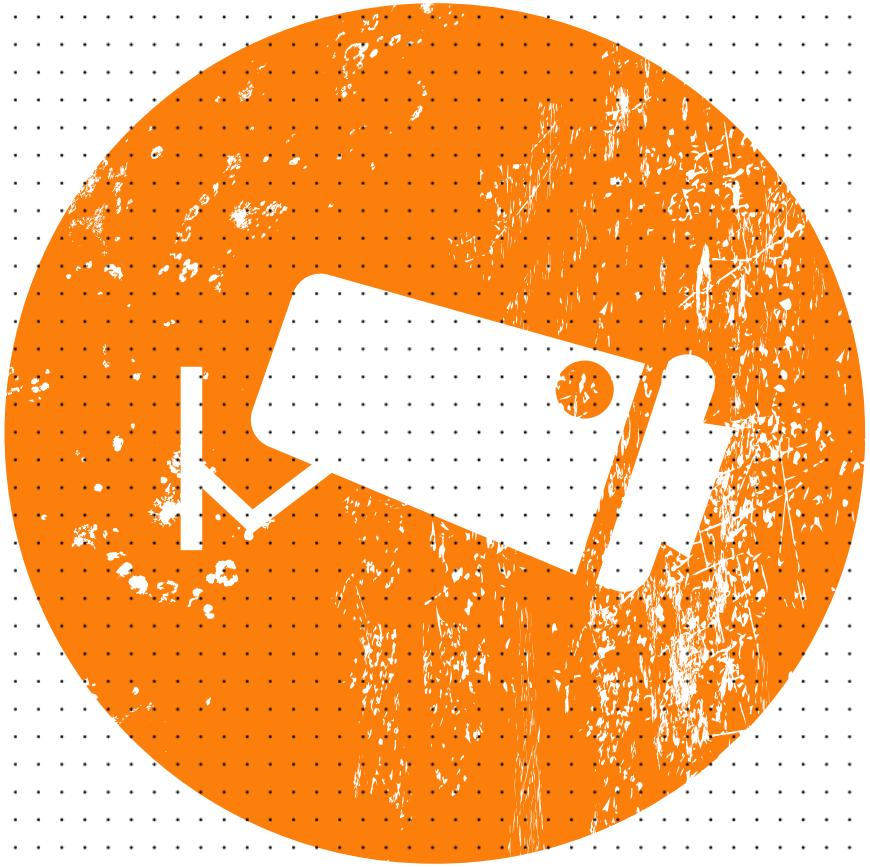
OBSERBAPTORIO

by MARKITECTURA® >> BAP & CO.DE

CONTENIDO>

0. ABSTRACT
1. POR QUÉ TE INTERESA LEER ESTE REPORT
2. HAY VIDA MÁS ALLÁ DE LOS MILLENNIALS
3. DEL MILLENNIALISMO A LOS SENIORS 4.0
4. LEARNINGS

0. ABSTRACT



<UN GRAN PRODUCTO PUEDE FRACASAR POR ELEGIR UN TARGET EQUIVOCADO>

Por eso la **EFICACIA DE CUALQUIER ACCIÓN DE MARKETING** comienza así : seleccionando y entendiendo al **TARGET MÁS ADECUADO PARA TU MARCA-PRODUCTO.**

En los últimos años, los **MILLENNIALS** están en el centro de muchas estrategias de marca; hasta tal punto que podemos hablar del fenómeno del **MILLENNIALISMO** (a nuestro juicio, excesivo).

Nosotros queremos arrojar algo de luz sobre **OTRO TARGET, TANTO O MÁS ATRACTIVO PARA LAS MARCAS**, por su proyección demográfica, su capacidad de consumo y su actitud ante la vida: los **SENIORS 4.0.**

EN EUROPA YA SUPONEN LA MITAD DE LOS HOGARES Y MÁS DEL 70% DE LA RIQUEZA. Pero más allá de cuestiones demográficas o económicas, **LOS SENIORS 4.0 ESTÁN CONSIGUIENDO QUE CAMBIEMOS NUESTRO CONCEPTO DE EDAD.**

Por eso serán los protagonistas de nuestros primeros números del **OBSERBAPTORIO.**

<PORQUE HAY VIDA MÁS ALLÁ DE LOS MILLENNIALS!>

1. POR QUÉ TE INTERESA LEER ESTO

#1 PORQUE QUIERES VENDER

No quieres que tu idea acabe en el Museo del Fracaso[1], pero la realidad es que **7 DE CADA 10 NUEVOS PRODUCTOS FRACASAN**[2] en su primer año de vida.

En la mayoría de los casos, **POR NO LLEGAR A UN TARGET REALMENTE RENTABLE**. Así que **LET´S FOCUS!**

<ENTIENDE A TU TARGET Y CONQUISTA EL MERCADO>

1. El Museum of Failure existe realmente. Acaba de abrir sus puertas en Suecia, dirigido por Samuel West, doctor en Psicología de las Organizaciones.

2. Diferentes estudios registran esta tasa de fracaso en los últimos años:
- Radar de la Innovación. Kantar Worldpanel, 2016. Vía es.Kantar.com
- Global Entrepreneurship Monitor, 2012-2016. Vía ipmark.com y emprendedores.es
- Breakthrough Innovation. Nielsen, 2014. Vía Forbes.com.mx
- Global Pricing Study. Simon Kucher&Partners, 2014. Vía strategyonline.ca y resonwhy.es

1. POR QUÉ TE INTERESA LEER ESTO

#2 PORQUE PODEMOS AYUDARTE.

<ENTENDER PARA SORPRENDER, SORPRENDER PARA VENDER>

En **BAP&CONDE*** llevamos más de 25 años comprobando la **EFICACIA** de esta secuencia gracias a nuestra **MARKITECTURA®**: una metodología que combina **ESTRATEGIA Y DISRUPCIÓN**, para entender y sorprender al target, con una visión no convencional de su realidad.

En el **OBSERBAPTORIO** la combinamos con desk research, minería de datos e insights, trendhunting y herramientas de target focus y segmentación, con el objetivo de compartir **HALLAZGOS SOBRE TARGETS ATRACTIVOS Y TENDENCIAS QUE INFLUYEN EN SU COMPORTAMIENTO**, y con la misma **MISIÓN QUE PERSEGUIMOS EN BAP&CONDE: LA EFICACIA DE TU MARCA.**

*BAP&CONDE, algunos datos sobre nosotros:
- Más de 70 premios nacionales e internacionales.
- Una de las agencias con mejores resultados en los Premios Eficacia.
- Mejor agencia independiente por la revista Control.
- Creadores de la campaña más descargada de la historia de la publicidad en España.
- Pioneros en la creación de estrategias ancladas en energías sociales y modelos emocionales-culturales para la construcción de marcas que hoy siguen cosechando éxitos.

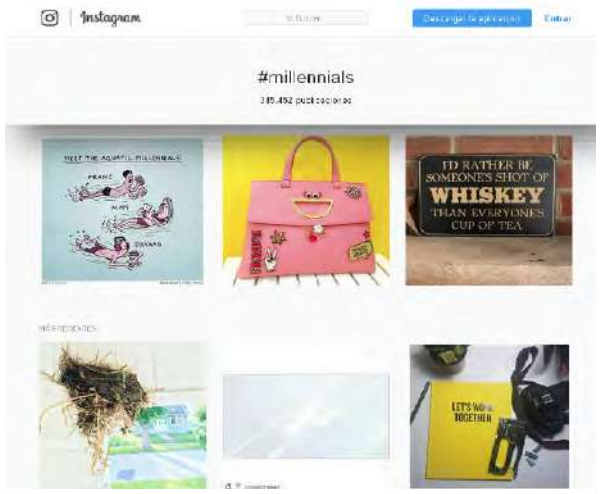
2. HAY VIDA MÁS ALLÁ DE LOS MILLENNIALS

Desde hace unos años parece como si el resto de las "generaciones" se hubiesen volatilizado.

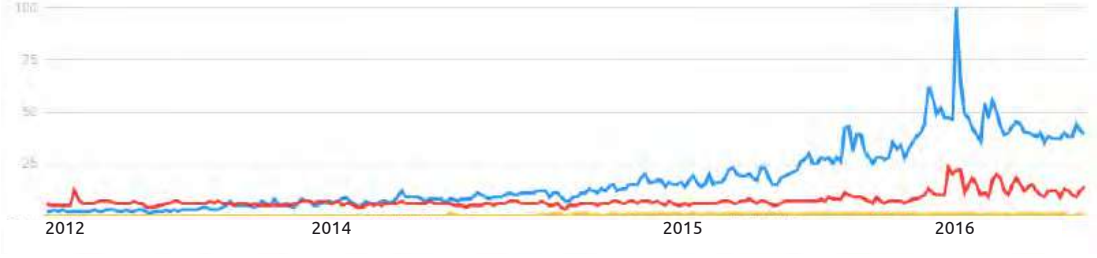
El término "millennials" alcanza una **POPULARIDAD MÁXIMA** en las búsquedas de Google en 2016.[1]

Solo en Instagram (una de las redes por excelencia de los #millennials) encontramos más de 315K publicaciones[2] con este hashtag. Si analizamos su contenido, entendemos el atractivo que generan para las marcas: moda, ocio, tecnología, entretenimiento, etc.

<SOLO TENEMOS OJOS PARA ELLOS. ¿VISIÓN SELECTIVA O MIOPÍA?>



2. Publicaciones con el hashtag #millennials en Instagram, mayo 2017.



1. Google Trends. Interés a lo largo del tiempo en los siguientes términos de búsqueda: millennials, baby boomers, generación x, 20 de junio de 2017.

Fuentes:
- Elaboración propia a partir de Google Trends, IGE, Instituto Galego de Estadística; INE, instituto Nacional de Estadística; Eurostat, European Statistics; Census, Internacional Data Base, 2015 y 2016.
- Millennials Don´t Exist. Charla de Adam Conover en Deep Shift. 2016.
- Generación What. La generación Millennial en una palabra. Macro encuesta europea. RTVE, 2016-2017.
- The Elastic Generation. JWT Intelligence, 2015. Vía jwtintelligence.com
- Seniors, la generación futura y presente. Kantar Worldpanel, 2016. Vía kantarworldpanel.com
- Reviews y estudios propios. BAP&Conde, Imam Reesearch&Consulting, 2016-2017.

2. HAY VIDA MÁS ALLÁ DE LOS MILLENNIALS

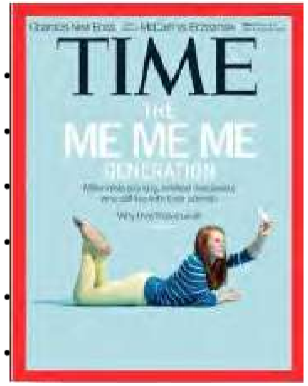
Cualitativamente, nunca antes se ha destinado tanto esfuerzo a definir una generación. Hasta tal punto, que **MUCHOS “MILLENNIALS” HAN DEJADO DE SENTIRSE IDENTIFICADOS**.

No es de extrañar, cuando los tachamos de **IMPACIENTES, PETERPANES, EGOÍSTAS**[1], **GENERACIÓN PERDIDA**[2] **O QUE NO ESCUCHA...(¡!)**

Algunas voces cuestionan los **TÓPICOS QUE RODEAN A ESTA GENERACIÓN**,[3] otras los ponen en evidencia en sus campañas de comunicación.[4]

<NO SON EL OMBLIGO DEL MUNDO, PERO ÉSTE SOLO GIRA EN TORNO A ELLOS>

4. *Sienta la cabeza*. Campaña de Mercedes, 2017



1. Portada revista TIME, mayo 2013.

3. *Millennials Don´t Exist*. Charla Adam Conover en Deep Shift, 2016.

2. *Generación What*. La generación Millennial en una palabra. Macro encuesta europea. RTVE, 2016-2017.

2. HAY VIDA MÁS ALLÁ DE LOS MILLENNIALS

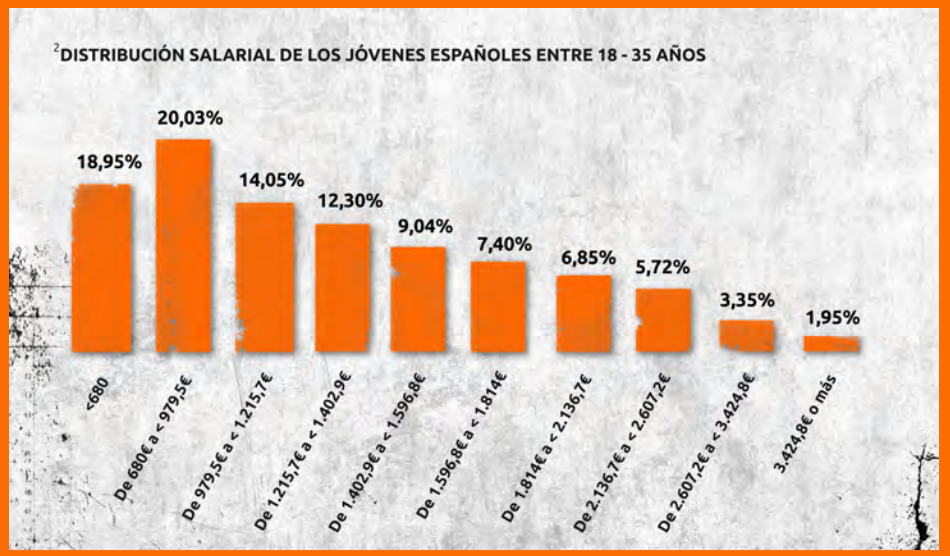
Cuantitativamente, son un grupo nada despreciable en términos demográficos[1]:

- **MÁS DE 9,4 MILLONES DE JÓVENES ENTRE 18 Y 35 AÑOS** viven en **ESPAÑA.**
- **A NIVEL MUNDIAL** hablamos de **MÁS DE 2 BILLONES.**

PERO LOS JÓVENES, NO SERÁN TANTOS EN 2030 (8,9 MILLONES EN ESPAÑA, UN 5% MENOS), Y SU REALIDAD ECONÓMICA TAMPOCO ES TAN ATRACTIVA[2]:

- **4 DE CADA 10 NO LLEGAN A SER MILEURISTAS.**
- Solo el 11% ingresa más de 2.137€/mes.
- Menos del 2% ingresa más de 3.400€/mes.
- Sus **INGRESOS NO LLEGAN A 14.000 € DE MEDIA ANUAL.**

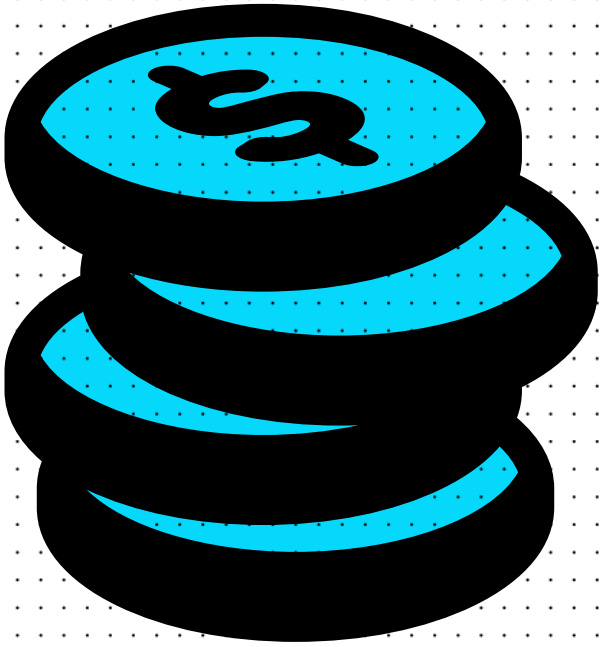
[1] JÓVENES ENTRE 18-35 AÑOS POR ÁMBITO GEOGRÁFICO



[2] DISTRIBUCIÓN SALARIAL DE LOS JÓVENES ESPAÑOLES ENTRE 18 - 35 AÑOS

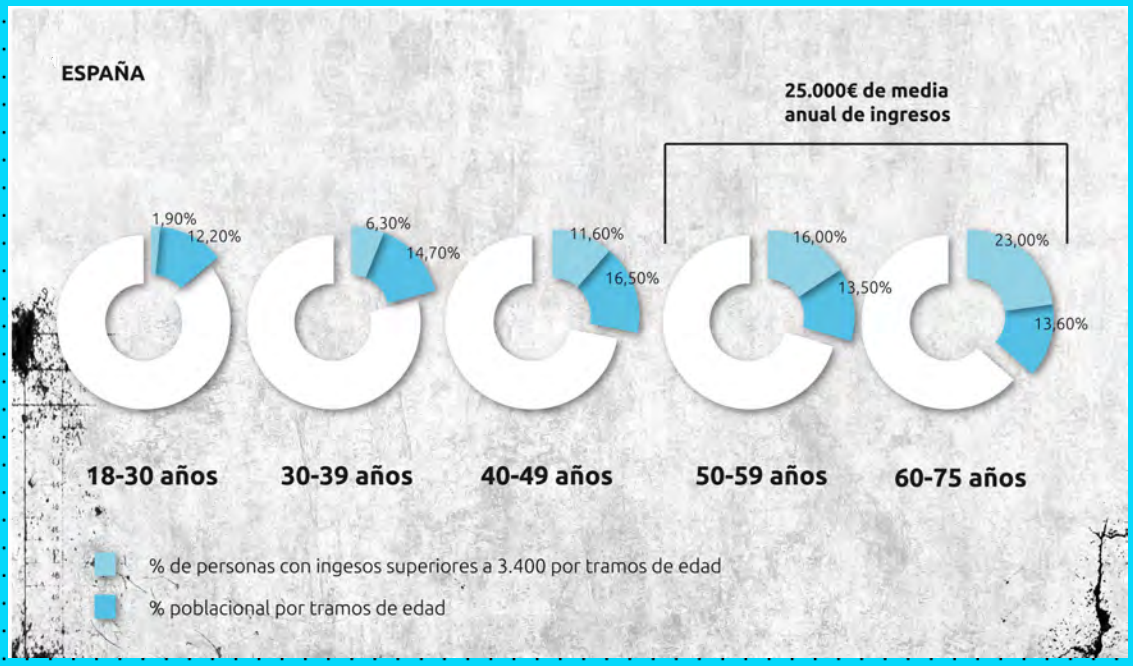
Elaboración propia a partir de IGE, Instituto Galego de Estadística; INE, Instituto Nacional de Estadística; Eurostat, European Statics; Census, International Data Base, 2016 y 2015.

2. HAY VIDA MÁS ALLÁ DE LOS MILLENNIALS



<NI TODO EL MONTE ES ORÉGANO, NI TODOS LOS CONSUMIDORES SON MILLENNIALS>

Tampoco parecen tan atractivos económicamente, si los comparamos con otros grupos de edad (como se puede ver en el gráfico).



Elaboración propia a partir del Instituto Nacional de Estadística, 2016.

3. DEL MILLENNIALISMO A LOS SENIORS 4.0

Elaboración propia a partir del Instituto Nacional de Estadística, 2016.

En **EUROPA** los **MAYORES DE 50** años representan **LA MITAD DE LOS HOGARES Y MÁS DEL 70% DE LA RIQUEZA**.

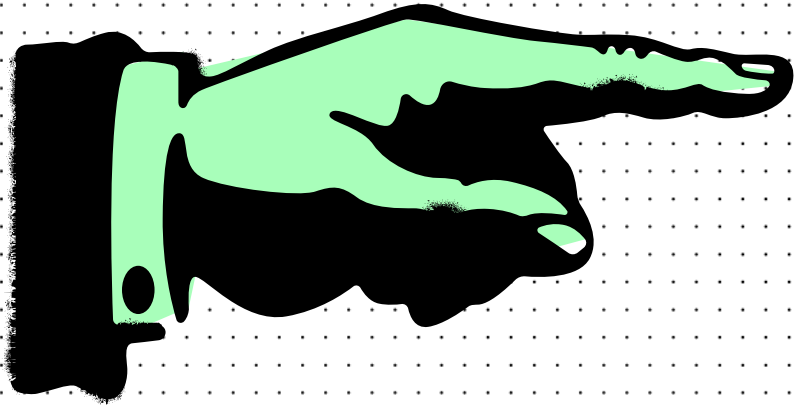
En **ESPAÑA** hay **MÁS DE 12 MILLONES DE PERSONAS ENTRE 50 Y 75 AÑOS** (más de 17 si incluimos a los mayores de 75). Y en 2030 serán un 40% más (mientras los jóvenes serán un 5% menos).

Sus ingresos rondan los 25.000€/año de media (un 40% gana más de 3.400€/mes, mientras que 4 de cada 10 millennials no llegan a mileuristas).

Pero su **PROYECCIÓN DEMOGRÁFICA**, su **NIVEL ADQUISITIVO** o sus **CANAS**, no son los únicos factores que explican su atractivo.

También su **CAPACIDAD PARA IR CON SU TIEMPO**. A diferencia de anteriores generaciones, los actuales **SENIORS 4.0** (en esto sí que son como los millennials) siguen **ACTIVOS, SE CUIDAN**, incorporan en su vida los **CAMBIOS TECNOLÓGICOS,** adoptan **NUEVOS ROLES**, promueven **CAMBIOS SOCIALES e IMPULSAN TENDENCIAS.**

4. LEARNINGS

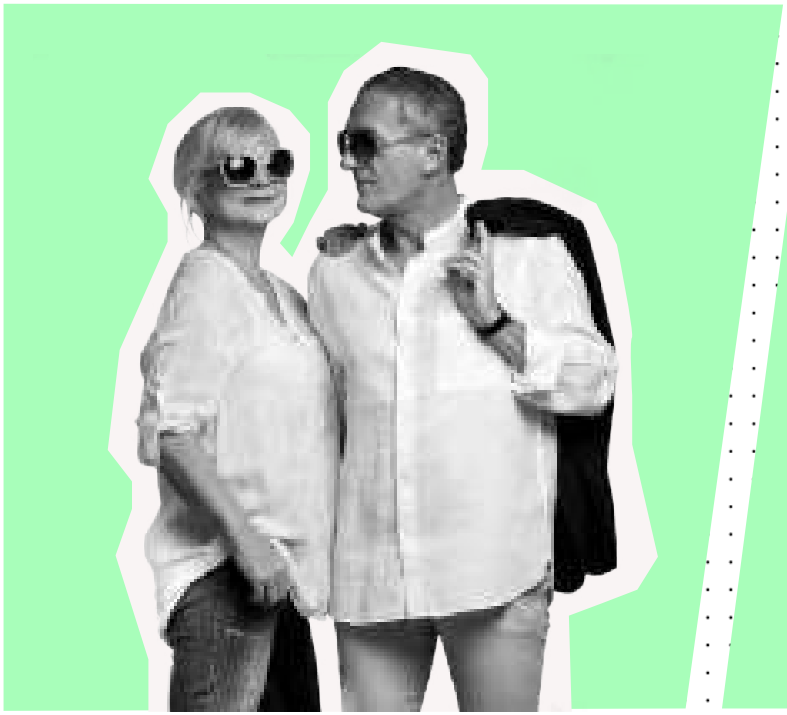


<POR QUÉ MIRAR SOLO A LOS "CONSUMIDORES DEL MAÑANA", CUANDO EL PRESENTE PERTENECE A OTROS TARGETS CON MUCHO FUTURO>

HAY MUCHA VIDA MÁS ALLÁ DE LOS MILLENNIALS. Tanta, que anticipamos **EL FIN DEL MILLENNIALISMO Y EL NACIMIENTO DE UNA NUEVA ERA, PROTAGONIZADA POR LOS SENIORS 4.0** (50 - 75 años):

- Más atractivos, desde el punto de vista demográfico y económico: en España serán más de 17 millones en 2030, 4 de cada 10 ingresan más de 3.400 €/mes.

- Igualmente interesantes desde el punto de vista cultural: un salto generacional que rompe los tópicos asociados a este grupo de edad.



<POR ESO SEGUIREMOS PROFUNDIZANDO EN ELLOS EN EL PRÓXIMO NÚMERO DEL OBSERBAPTORIO>

OBSERBAPTORIO

by MARKITECTURA® >> BAP & CIDE