



Zoë Zuyders, Gen Z (6-20)



Studente



17 jaar



Single



Genk



Geen

Instant gratification

Visuele communicatie

Aankoopvoorkeur fysieke winkel

Introvert

Extrovert

Analytisch

Creatief

Loyaal

Disloyaal

Traditioneel

Trendy

“Unieke ervaringen beleven en deze delen met mijn vrienden via social media is belangrijk voor mij.”

Doelen

Laat zich online inspireren, vooral via social media (door experten of vrienden en familie, eerder dan door betaalde influencers of TV-sterren) maar koopt graag in de fysieke winkel

Wil een unieke, gepersonaliseerde winkelervaring met o.a. gepersonaliseerde promoties en coupons, maar ook op maat aanbevelingen

Houdt van instore co-creatie, gepersonaliseerde ontwerpen en 3D-printen

Is geïnteresseerd in het gebruik van VR en AR voor een onderdompelende winkelervaring

Deelt graag ervaringen op sociale media en wilt graag interactie met merken op sociale media

Motivaties

Productvoorraad/niet moeten wachten op bestellingen

Assortimentsbreedte

Unieke, gepersonaliseerde winkelervaring

Authenticiteit/relevantie

Milieubewust/duurzaamheid = maatschappelijke verantwoordelijkheid

Prijsbewust, maar productkwaliteit staat voorop

Frustraties

Geen 24/7 connectiviteit: m.a.w. no go-ers zijn het ontbreken van WiFi, webshop of 24/7 service

Heeft weinig geduld voor technologie die niet reageert of gevoelig is voor fouten. Raakt gefrustreerd als technologie achterblijft of moeilijk te gebruiken is.

Geen accurate voorraad informatie beschikbaar

Geen mogelijkheid tot snelle transacties en interacties

Maakt zich zorgen over imago schade door misbruik van persoonlijke foto's. Online imago is immers zorgvuldig opgebouwd ▶ dataprotectie

Adoptie van technologie

Algemeen

Smartphone 95% Tablet 48% +5u per dag 48%

Online bankieren 70% Online aankopen 44% Netflix 48%

AI Houding tov AI 38% Voice assistant bij aankoop 30%

Sociale netwerken: 99%

f 91% YouTube 89% Instagram 73%



- Studente
- 17 jaar
- Single
- Genk
- Geen



Via social media volg ik influencers en test ik de recepten die zij aanbevelen



Oriëntatie

- Advertenties (print, tv, radio, digital)
- Vlogs/blogs, reviews, artikelen
- Merk of retailer website(s)
- Mobiele apps
- Sociale media: Instagram, Facebook, Pinterest
- Word of Mouth
- Winkels

Koopbeslissing

- Etalage
- Winkel
- Winkelbediende
- Webshop
- Voice assistant

Consumptie

- Uitpak-ervaring (mooie verpakking)
- Bel/sms/whatsapp/e-mail met winkelmedewerker / contact center
- Sociale media



Ontstaan/erkennen behoefte

- Advertenties (print, tv, radio, digital)
- Email marketing
- Sociale media: Facebook, YouTube, Instagram, Pinterest
- Word of Mouth
- Winkel



Vergelijkend onderzoek

- Vlogs/blogs, reviews, artikelen (Vergelijkings)website(s)
- Mobiele apps
- Sociale media
- Winkels



Aankoop

- Kassa
- Winkelbediende



Post-aankoop evaluatie/sharing

- Post-aankoopcommunicatie
- Productetiketten, instructies (onderhoud, hoe te installeren, etc.)
- Eerste gebruikservaring
- Productgebruik in de loop der tijd
- Productondersteuning
- Retourbeleid
- Sociale media

