

Baby Boomers

1946-1960

Generation X

1961-1980

Generation Y

1981-1995

Generation Z

1995-2010

Zajímavosti

Ikonická technologie	TV (56) Audio Cassette (62) Transistor radio (55)	VCR (76) Walkman (79) IBM PC (81)	Internet, Email, SMS DVD (95) Playstation, XBox, iPod	MacBook, iPad Google, Facebook, Twitter Wii, PS3, Android
Ikonická hudba (mainstreem)	Elvis Beatles Rolling Stones	INXS Nirvana Madonna	Eminem Britney Spears Puff Daddy Jennifer Lopez	Kanye West Rhianna Justin Bieber Taylor Swift
TV a filmy	barevná TV	ET MTV	Titanic Reality TV Pay TV	Avatar 3D Movies Smart TV

Učení

Odkud čerpají informace	technical, data, evidence	praxe, případové studie	emoce, příběhy, participace	multimodální, elearning, interaktivní
Kde se učí?	třída, tiché místo	kulaté stoly, uvolněná atmosféra	učení „u kávy“, uvolněné, projektové	multivjemové, lounge

Marketing - jak na ně?

Kanály	masová média, ATL	BTL, direct	online, skrze kamarády	pozitivní značka, interaktivní kampaně
Kdo je dokáže nejlépe ovlivnit?	experti,	pragmatici, odborníci	experti, vrstevníci	uživatelský obsah, fóra
Jaký je nejlepší komunikační kanál?	telefon	e-mail, SMS	SMS, messenger	messenger
Jak často je nejlepší komunikovat?	pokud je potřeba	kdykoliv	konstantní	permanentní
Jakou komunikaci preferují?	ideálně tváří tvář, telefon E-mail pokud nutno	e-mail, SMS	online, messaging	facetime (video call)

Finance

Jak využívají své finance?	uspokojování dlouhodobých potřeb hotovost	uspokojování střednědobých potřeb spotřebitelské úvěry úvěry na celý život (hypotéky)	uspokojování krátkodobých potřeb závislost na úvěrech úvěry na životní styl	impulsivní nákupy online dluhy na celý život
Jak uzavírají svá finanční rozhodnutí?	ideálně tváří tvář, telefon E-mail pokud nutno	online, upřednostňovaná ale tváří tvář - pokud je na to čas	tváří tvář	řešení, které bylo vyvinuto online více lidmi - crowdfunding

Charakteristika skupiny

Klíčová charakteristika	optimisti oportunisti soutěživí těžce pracující	kariéristi skeptici nezávislí	pragmatici technicistini ergičtí kooperující	podnikaví informovaní nezávislí obávající se o svou budoucnost
Jak je zapojit?	srovnání s jinými viditelné ocenění ocenění za úsporu času	work life balance přenositelné odměny penzijní plány	spolupráce s ostatními altruistické podněty příležitost do životopisu	šance na změnu světa detailní informace
Co je odradí od zapojení?	útlak autority donucení vyplnit status quo bez šance na změnu	nedostatek feedbacku nedostatek svobody při plánování pracovního prostředí / volného času	nedostatek zpětné vazby nedostatek faktů nedostatek zkušeností pro zacházení se složitými lidmi	špatné zajištění jejich soukromí nedostatek etiky

