

Comment intéresser la Gen Z ?



Millennials Day • 11 mai 2022

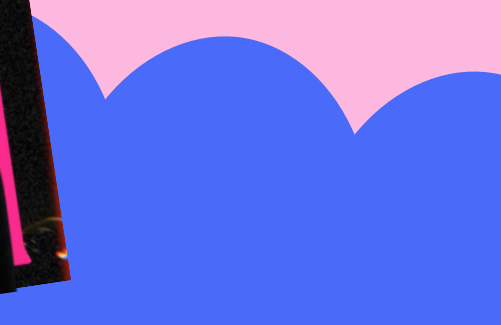
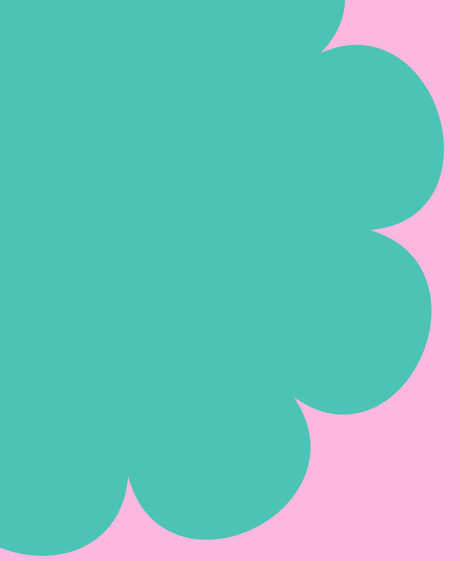
TRIO
— DEPUIS 1931 —

Vos intervenants

Michael Kamm & Léanne Dejeu



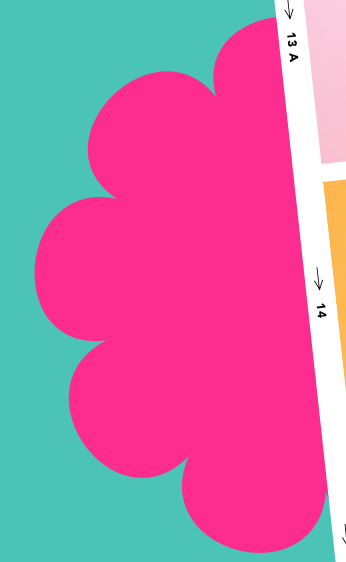
Depuis 1931. Agence Trio.



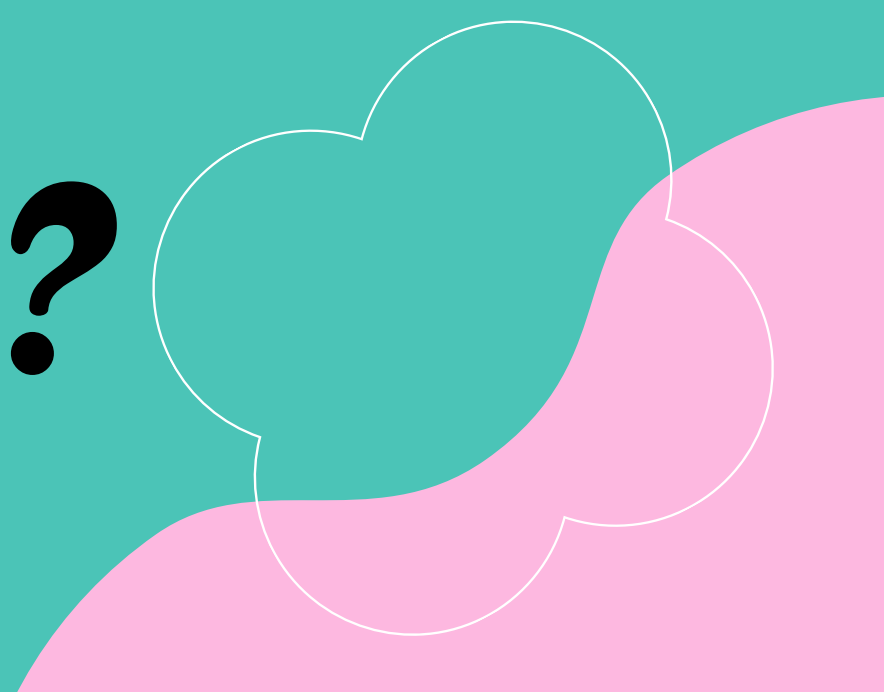


La Gen Z, une génération au profil particulier

décryptage



La Gen Z c'est quoi ?





Attention

**Durée
d'attention,
qui se limite à
huit secondes.**



Activisme

**Génération
engagée, qui
veut partager
ses valeurs.**



Anxiété

**Stressée par la
pression que
leur mettent les
réseaux sociaux.**



Sans filtre

Adeptes du
« finsta » qui
reflètent la
vraie vie.



Responsabilité

Consommateurs
responsables
soucieux des valeurs
des marques.



Créativité

Hyper
connexion est
aussi synonyme
de création.

Leviers pour toucher la Gen Z

Décryptage :
la Gen Z

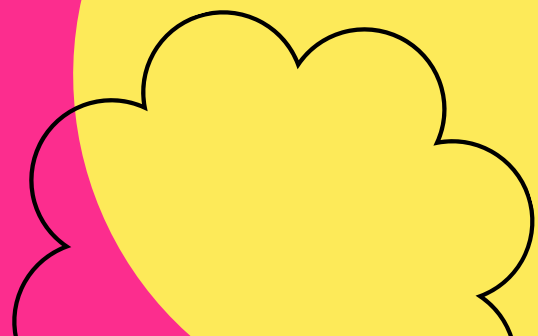


Une génération au
profil particulier



Les réseaux sociaux

**Clé de voûte pour
une communication
réussie.**





Basile - 15 ans



Tiktok

3ème en terme de temps d'écran des réseaux sociaux les plus utilisés chez la Génération Z suisse.



Twitch

L'application est en pleine mutation et se diversifie en mettant en lumière plusieurs sujets.



Loserfruit

s'associe à e.l.f.
cosmetics.



L'influence

Toujours plus impactante et
centrée sur l'authenticité.





Loris - 24 ans



Co-création

Co-créer vos
campagnes
avec eux.



Long terme

Ne pas faire
des campagnes
one shot.



Statistiques

Se concentrer
sur le taux
d'engagement.



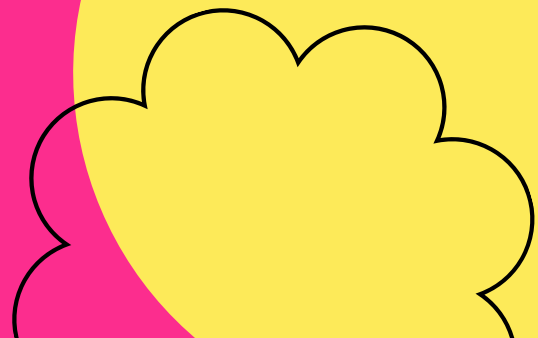
Ricola

à la conquête
de la jeunesse !



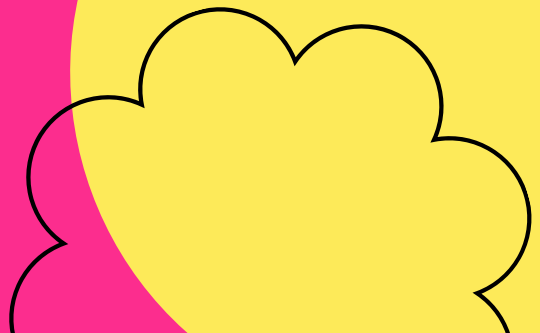
Réinventer le journalisme

**Pour toucher cette
génération sur leurs
propres canaux.**





Marius - 18 ans



Réinventer le journalisme

De nouveaux formats et canaux
pour toucher le jeune public.



Avant



Après

Watson

réinvente sa prise de parole
suivant les canaux utilisés.



Une génération engagée

Qui attend des marques de réels engagements et des valeurs affirmées.



Iris - 20 ans



48% se placent
en dehors de
l'hétérosexualité.



62% pensent que
chacun doit choisir
son identité de genre.



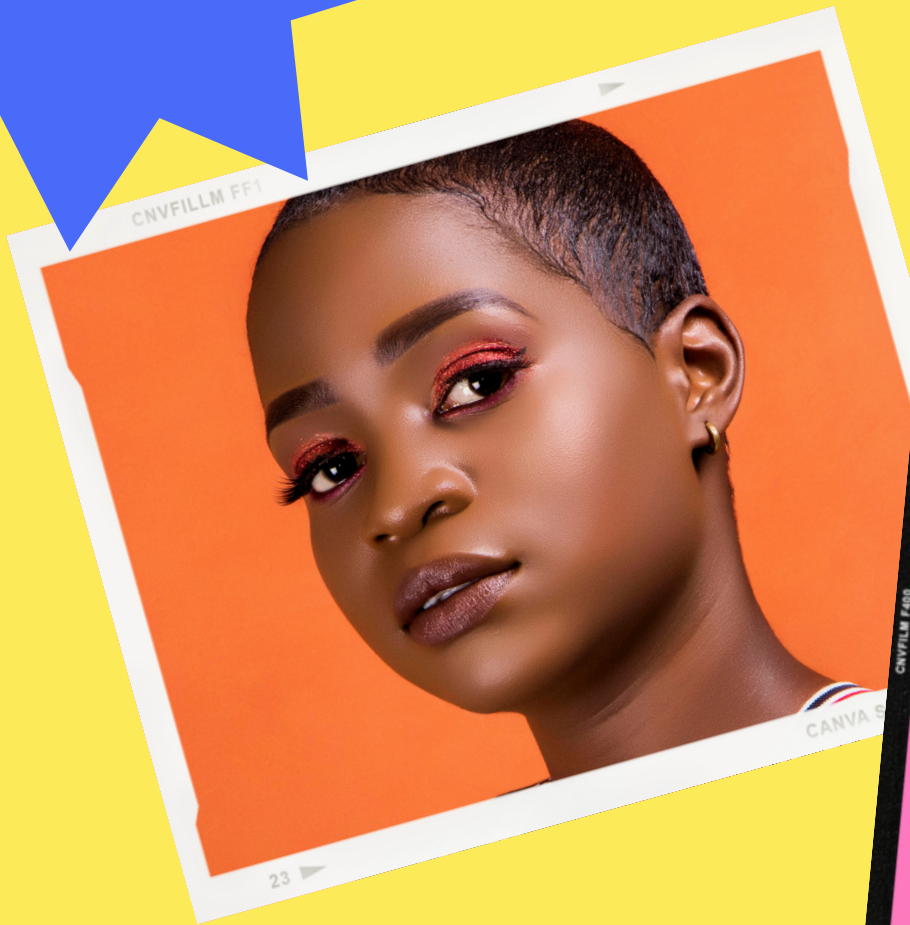
41% se
considèrent
comme neutres.

Victoria's Secret

et ses nouveaux
mannequins.



La Gen Z & la finance



AGE : GEN Z
DÉCRYPTAGE



Complicqué

Utiliser la gamification.



Ringard

Adopter les codes Gen Z.



Opaque

Faire preuve de transparence.



Peu éthique

Des placements durables.



Le vocabulaire de la finance x Gen Z



Saurez-vous maîtriser les codes de le Gen Z ?

VOCABULAIRE DE LA FIANÇANCE 2.0



Flasher moi !

www.menti.com

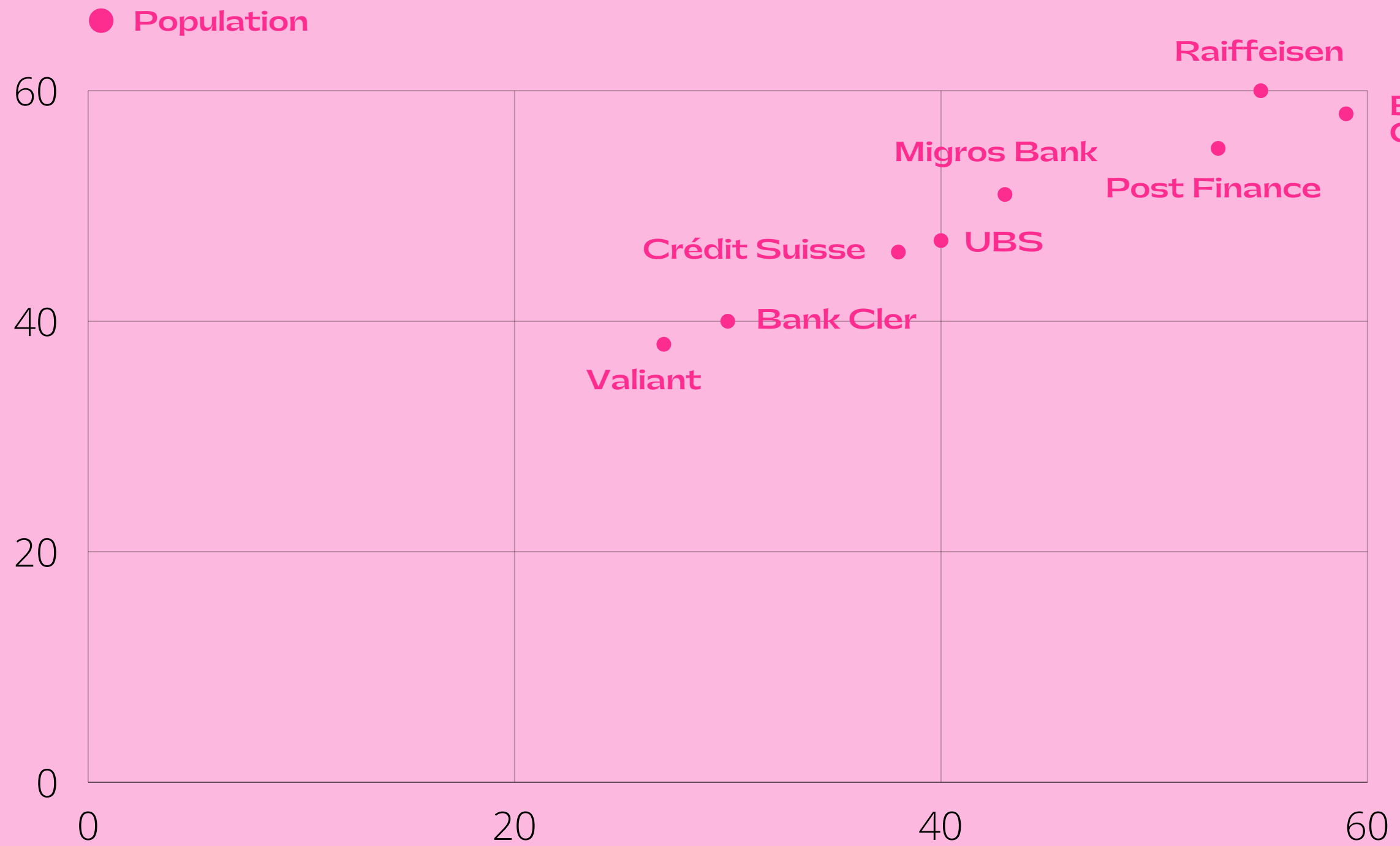
5880 1617

Perception de la marque Raiffeisen

Résultats de l'étude
Brand Indicator 2022.

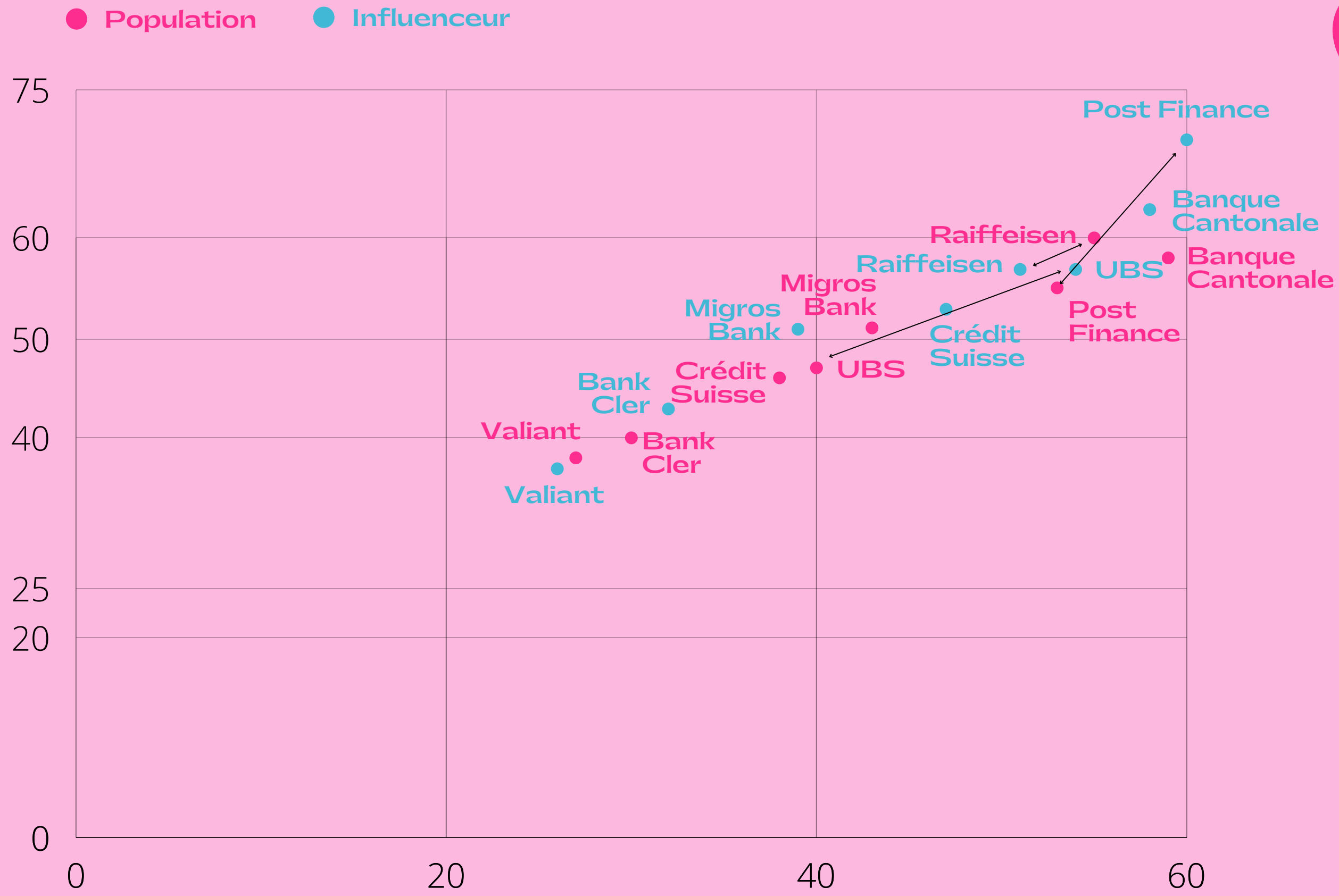


Emotion



Relevance

Emotion



Relevance



Les romands

SA = 58,2

SR = 57,5



Les jeunes

16-29 ans = 58,0

30-49 ans = 59,1



Les citadins

Villes = 54,2

Campagnes = 64,4

Raiffeisen à l'assaut de la Gen Z

Campagne jeunes 2022

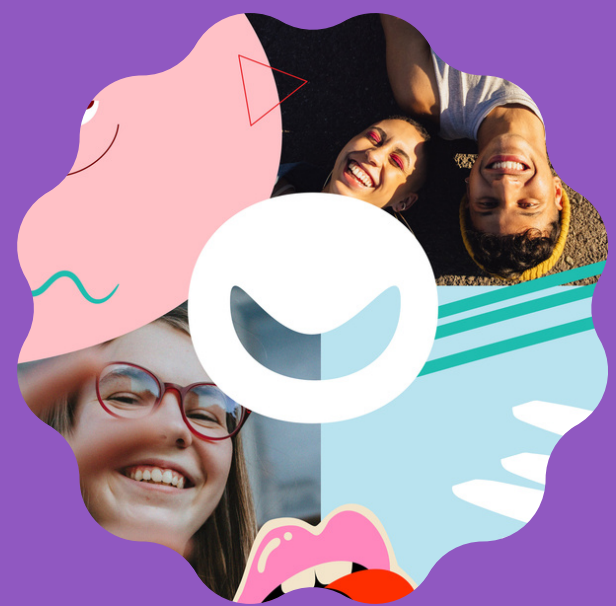


age décryptage

→ 13 A

→ 14 A





Identité

Identité
Enjoy peeps.



Collection

En collab avec
Leo et Liana.



Influence

Mix influenceur
cohérent.



Fintok

@enjoymedia
_raiffeisen



**Vous l'aurez compris,
pour s'adresser à la
Génération Z, il ne
faut pas uniquement
se jeter à corps
perdu dans les
réseaux sociaux.**



Merci pour votre attention !

Michael Kamm & Léanne Dejeu

TRIO

— DEPUIS 1931 —

