

Guide

Communiceren jongeren alleen nog online?



Marktonderzoek onder jongeren?

Zo stel je de juiste vragen!

Gen Z en Gen Alpha, de generaties van de 21^e eeuw, zijn onze toekomstige klanten en medewerkers. Samen vormen zij niet alleen het grootste deel van onze wereldbevolking, zij hebben ook nog eens de meeste koopkracht¹ in de geschiedenis. Een interessante doelgroep dus voor organisaties en merken. Wil je weten hoe je Gen Z en Gen Alpha kunt raken, dan moet je ze een stem geven. Met marktonderzoek geef je ze die stem. Maar wat moet je weten, zodat je de juiste vragen kunt stellen?

WAARAAN GEVEN GEN Z EN GEN ALPHA HUN GELD UIT?

De jongste generatie, Gen Alpha, geeft volgens het Nibud haar geld uit aan snoep, drinken en snacks (71 procent), cadeautjes (65 procent), mobiele telefoons (55 procent), kleding (58 procent) en uitjes zoals bijvoorbeeld de bioscoop (52 procent). Gen Z – opgegroeid in een tijd van economische onrust – is wat conservatiever² als het gaat om geld uitgeven. Ze willen maximale waarde uit hun euro halen en houden van extraatjes als gratis verzending of freebies.

HOE BEREIK JE JONGEREN?

Jongeren bereik je het beste via scholen of via socialmediakanalen als Snapchat, TikTok, Instagram en YouTube. Maar let op: als je denkt dat TikTok jé van het is, zijn ze alweer met iets anders bezig. Zo is Gen Z vandaag de dag helemaal geobsedeerd door BeReal³. Wie weet welk platform morgen ineens het levenslicht ziet?

GA JE VOOR BEREIK OF VOOR ENGAGEMENT?

Bijna drie miljoen jongeren zijn actief op Instagram. Een fikse groep en die wordt voorlopig alleen maar groter. En dan hebben we het nog niet gehad over die andere stijger: TikTok. Over één ding moet je echter wel goed nadenken: wil je zoveel mogelijk bereik of wil je zoveel mogelijk betrokkenheid? Charli D'Amelio is groot op TikTok, Insta en YouTube, maar wil je een specifieke doelgroep bereiken, dan kun je misschien beter met een micro-influencer in zee gaan. Zo is je bereik met iemand als Britt Dekker een stuk kleiner, maar je engagement onder paardenliefhebbers is enorm.

¹ <https://mccrindle.com.au/article/topic/generation-z/gen-z-and-gen-alpha-infographic-update/>

² <https://www.salesforce.com/nl/blog/2019/09/Millennials-versus-GenZ-de-verschillen-en-beste-marketingbenadering.html>

³ <https://www.kliksafe.nl/blogs/mediaopvoeding/bereal/>



9 TIPS

HOE COMMUNICEER JE MET JONGEREN?

1. Vul niet in

Als één tiener – je dochter, je neefje of je buurmeisje – iets een goed idee vindt, wil dat nog niet zeggen dat alle jongeren die mening delen.

2. Spreek hun taal, maar wees jezelf

Natuurlijk moet je jongeren aanspreken in hun eigen taal, maar wees authentiek, anders werkt het niet. Zo sloegen de Nederlandse veiligheidsregio's ten tijde van de coronapandemie de plank flink mis met hun campagne 'Slimmer Chillen'. Maar ook de campagne 'Whoop whoop, de nachtbus in!' van GVB en 'De blits maken' van ING zijn verre van dope.

3. Test voor je begint

Bovenstaande voorbeelden illustreren direct dat een goed idee geen garantie is voor een goede uitwerking. Zorg dat je een idee eerst uittest onder een kleinere groep voor je het loslaat in de wijde wereld.

4. Sluit aan bij hun belevingswereld

Jongeren vormen een snelle, vluchtige en mobiele doelgroep. Sluit daarbij aan. Vraag ze niet naar een of andere onmogelijk bereikbare locatie te komen, maar ga naar ze toe. Bezoek hun school of benader ze online, via sociale media. Zorg dat de sessies niet te lang duren. Na anderhalf uur is de koek echt op. Kies je voor online onderzoek, zorg dan dat de vragen op mobiel – via een app – beantwoord kunnen worden.

5. Gebruik beeldtaal

Jongeren communiceren in beeldtaal. Met ellenlange teksten ga je ze niet voor je winnen, met video's, fotografie of ander beeldmateriaal is je kans op succes een stuk groter. En zet gerust een beetje humor in.

6. Maak het specifiek

Dé jongere bestaat niet. Een campagne opzetten voor vier- tot twaalfjarigen is gedoemd te mislukken. Het is bijna onmogelijk iets te maken dat zowel een vierjarige aanspreekt als een twaalfjarige. Maar ook bij de iets oudere jongere moet je specifiek zijn. Een middelbare scholier wordt ongetwijfeld door iets anders getriggerd dan een jongere die al stage loopt.

7. Conformereren of differentiëren

Als we specifiek kijken naar de iets oudere jongere, zijn er ook een aantal specifieke dingen om rekening mee te houden. Zo willen jongeren tussen de 12 en 14 jaar zich vooral conformeren aan de groep en jongeren tussen de 15 en 18 jaar willen zich over het algemeen juist differentiëren. Ga maar eens op een schoolplein staan, loop eens door de supermarkt in de schoolpauze of ga in het park zitten na schooltijd. Kijk welke telefoons ze hebben, welke snacks ze kopen of op welke fiets ze rijden.

8. Neem ze serieus

Wie kent 'm nog, de reclame waarin Daphne Deckers de Chupa Chups-lollies aanprijst als fruit? Het kan niet moeilijk zijn om jongeren te enthousiasmeren voor lolly's, maar probeer ze niet wijs te maken dat lolly's net zo gezond zijn als het eten van een portie aardbeien. Neem jongeren serieus en wees verantwoord.

9. Toon oprechte interesse

Stel niet alleen praktische vragen, maar vraag ook naar het gevoel en de betrokkenheid van jongeren, laat zien dat je interesse in hen hebt.

