

9 claves para conectar con la generación Y y Z

Gen Y
1980 - 1994

Gen Z
1995 - 2012



01

No les hagas perder el tiempo

Valoran negativamente las actividades previas a sus objetivos para las que hay que invertir una cuota de tiempo.

Son impacientes y poco críticos, se conforman con la solución más rápida y cómoda.

02

No les abrumes con correos

No abren los correos, el exceso de información les abruma.

Les gusta acceder a la información de manera proactiva. Valoran positivamente la información que buscan ellos mismos frente a la que les envían.

03

Elige bien a tus prescriptores

La Gen Z **valora las recomendaciones de familiares y amigos** (82% cree que tienen gran importancia) frente a las de influencers o expertos online (54% cree que tienen poca o nula importancia).

La Gen Z considera que los influencers dejan de ser ellos, se vuelven arrogantes y pierden credibilidad.



04

La calidad importa

La característica que más valora tanto la Gen Z como la Gen Y es la calidad (70% y 98% le dan respectivamente mucha importancia).

05 Constante preocupación por el trabajo

A la Gen Z le gustaría poder **relacionarse con las marcas que consume** a nivel profesional, se interesan tanto por la posibilidad de trabajar en ellas como por entender el proceso que ha llevado a la marca a posicionarse como referencia.

06

Cuida la experiencia

La Gen Y **prioriza las experiencias** asociadas frente al producto adquirido.



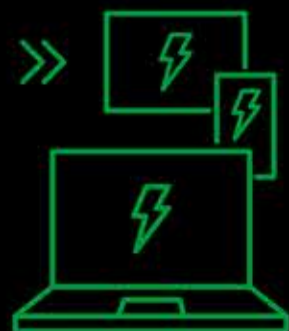
07

Go Digital ⚡

Pese a que la Gen Z prima la tienda física frente a la online para comprar productos en general para la contratación de alojamiento o transporte sucede lo contrario.

De las 3 marcas que configuran el top of mind de la Gen Z y Gen Y en cuanto a oferta de alojamiento, 2 son completamente digitales.

El 67% de la Gen Y tiene instalada la App de las marcas de alojamiento y transporte con las que interactúa y el 60% de la Gen Z visita frecuentemente sus páginas web.



08

Colaborativo vs tradicional

Ambas generaciones siguen apostando por el alojamiento y transporte tradicional, de los que destacan las siguientes cualidades: calidad del servicio; seguridad; servicios extra; comodidad y experiencia.

Por su parte, tanto millennials (81%) como Generación Z (76%) han utilizado en alguna ocasión plataformas colaborativas de alojamiento o transporte. Destacan como sus puntos fuertes: **el precio y la flexibilidad.**

09

La seguridad les importa

La Gen Z recurre con mayor frecuencia a hoteles frente a casas o apartamentos particulares de desconocidos.

La Gen Z considera que a la hora de contratar un viaje, después del precio lo más importante es la seguridad.

El 91% considera que la oferta tradicional es más segura frente a la colaborativa.

