

Lo que ofrece la competencia

Las empresas captan la atención de las generaciones Z y Alfa mediante estrategias que se alinean con su entorno digital y valores:

Presencia en plataformas digitales: Usan redes sociales como TikTok e Instagram, y plataformas de videojuegos como Roblox y Fortnite.

Marketing de influencers: Trabajan con creadores auténticos y relevantes para su público.

Sostenibilidad y propósito social: Promueven productos eco-amigables y campañas con impacto social.

Personalización y gamificación: Ofrecen experiencias personalizadas y juegos interactivos con recompensas.

Experiencias inmersivas: Utilizan realidad aumentada y virtual para crear conexiones únicas.

Tomar postura: Las encuestas muestran que el 77% de las personas que pertenecen a este grupo confiesa haber realizado acciones para defender una causa y esperan que las marcas que consumen hagan lo mismo, Temas como la salud mental, los derechos LGBTQ +, la Diversidad, equidad e inclusión, la igualdad de género y el medio ambiente son los clave para este público..

Comunicación auténtica: Usan un tono cercano y transparente.