

Panduan memasarkan bisnis khusus untuk konsumen generasi Z



Generasi Z adalah generasi yang lahir ketika internet dan sosial media telah menjadi kebutuhan sehari-hari umat manusia. Mereka lahir di “lingkungan” itu dan teknologi bukanlah sesuatu yang “asing” lagi. Jika dilihat dari segi bisnis, generasi Z bisa jadi seperti pisau bermata dua. Lalu adakah trik khusus untuk “menguasai” generasi Z ini?

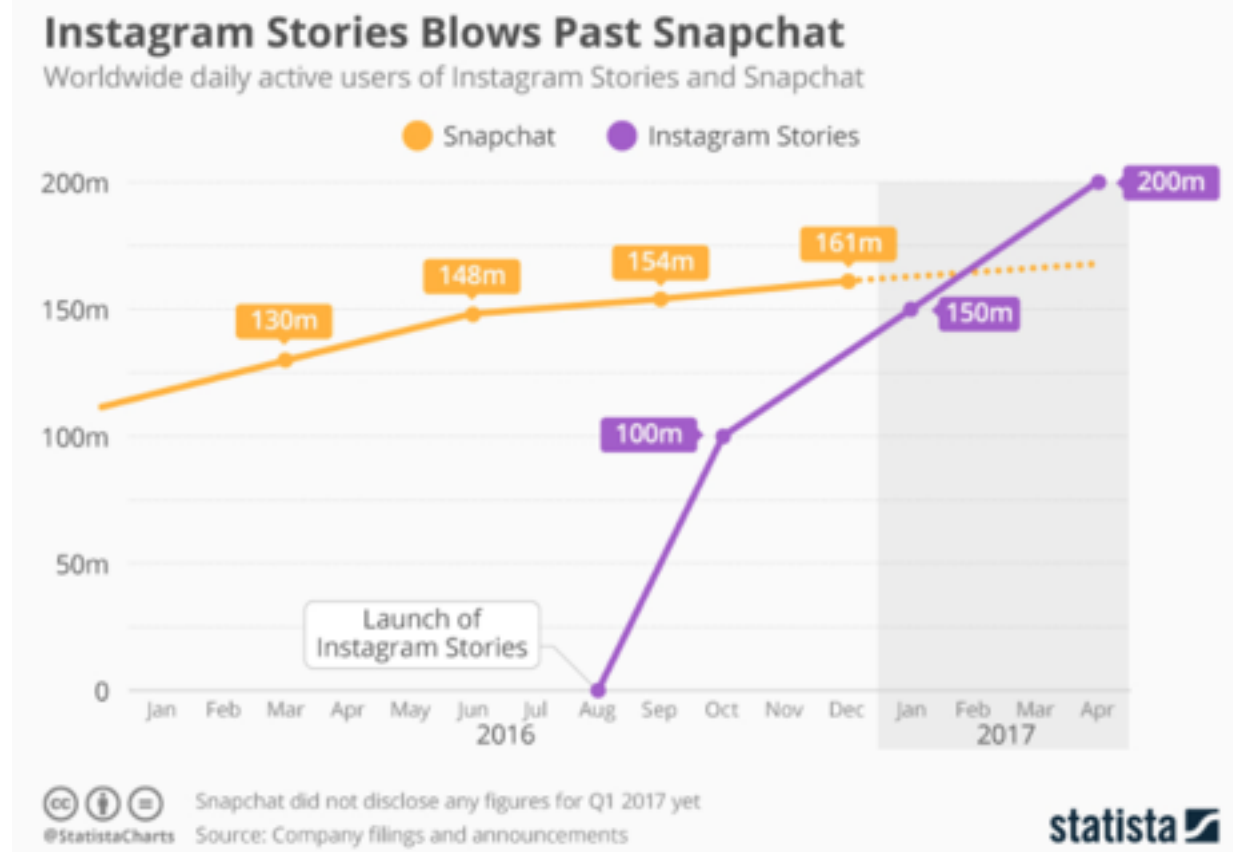
Mari kita mulai dari beberapa karakteristik generasi Z berikut ini:

- Generasi Z cenderung lebih mudah “gagal fokus” dengan sesuatu yang baru
- Generasi Z adalah generasi yang lebih efisien
- Generasi Z lebih “tidak peduli” tentang masalah harga
- Generasi Z lebih cenderung berjiwa pengusaha
- Generasi Z mempunyai ekspektasi lebih tinggi terhadap sesuatu

Beberapa karakteristik tersebut mungkin telah memberikan sedikit gambaran mengenai bagaimana generasi Z itu. Nah, setelah itu mari kita mulai strategi kita yang pertama.

Gunakan sosial media media marketing

Faktanya, sekitar 71% generasi Z menggunakan aplikasi Snapchat setiap hari dan 51% di antaranya menggunakan aplikasi ini 11 kali per hari. Generasi Z cenderung tidak memiliki perhatian yang terlalu lama terhadap sesuatu. Itulah kenapa Snapchat sangat populer di kalangan mereka. Hal yang sama juga berlaku pada Instagram terutama pada fitur Instastory.

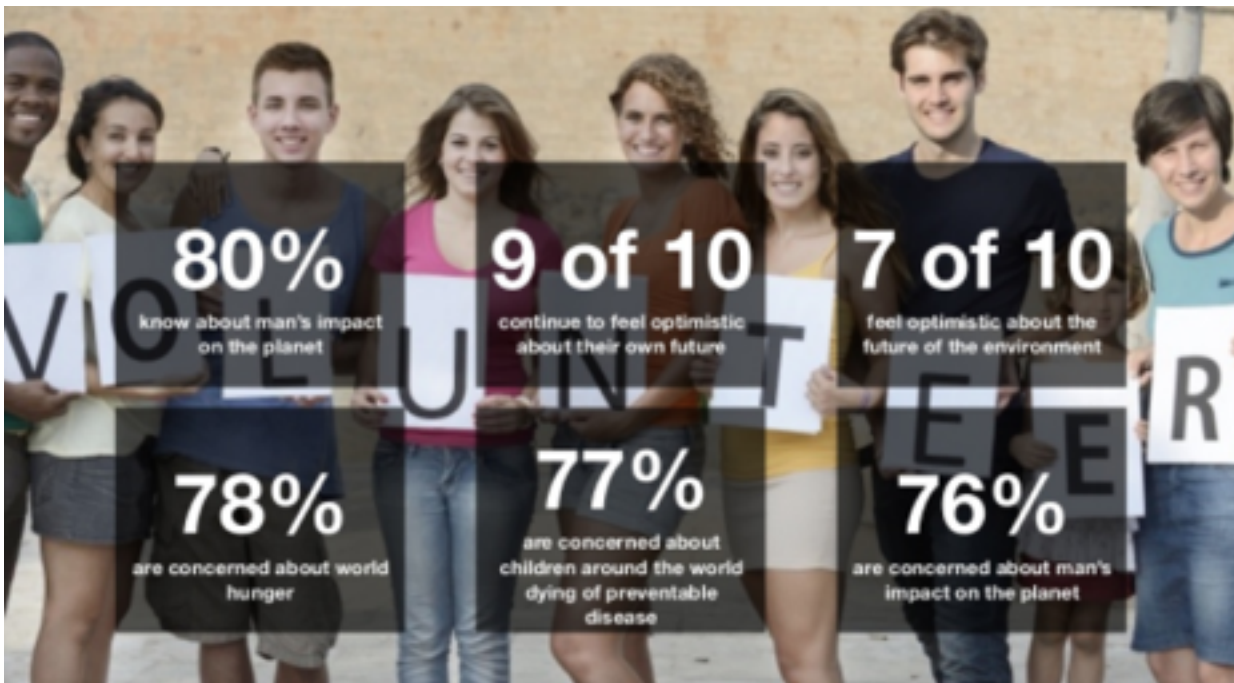


Dengan fakta tersebut, Anda perlu belajar bagaimana metode marketing menggunakan kedua aplikasi “kekinian” ini. Semakin Anda aktif di kedua platform sosial media tersebut, semakin tinggi kemungkinan mendapatkan perhatian dari generasi Z. Lanjut.

Dukung kewirausahaan

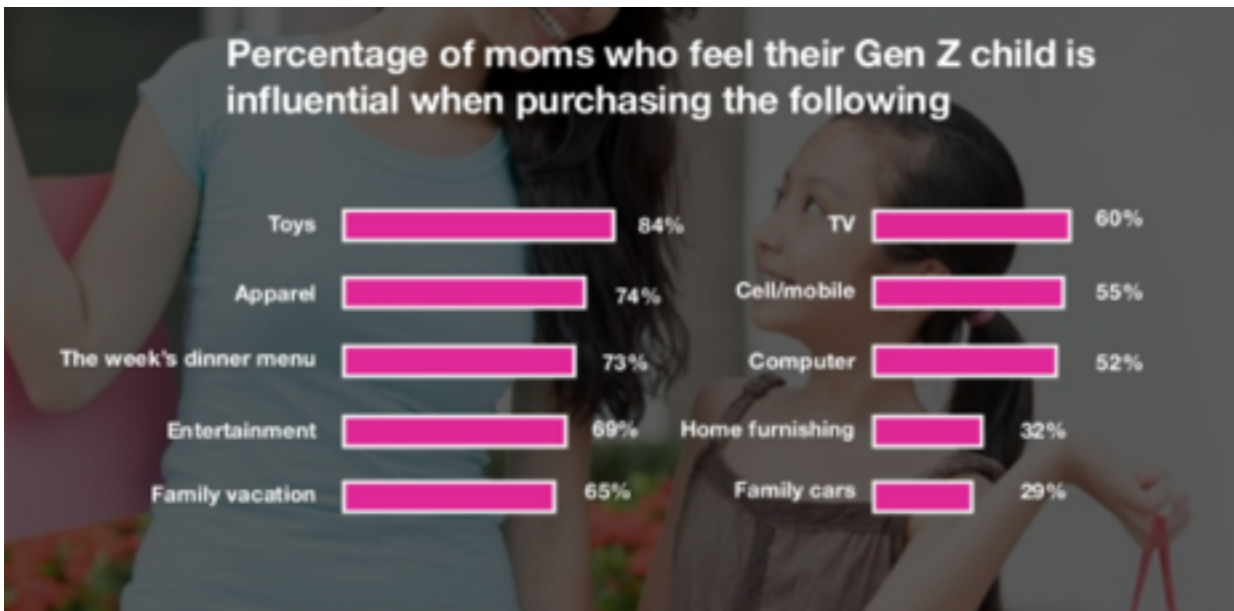
Seperti yang telah dibahas sebelumnya, generasi Z cenderung memiliki jiwa entrepreneur. Jangan melawan hal itu. Justru Anda perlu memberikan semacam “dukungan” kepada mereka. Bagaimana caranya?

Mari kita gunakan kata “merangkul” dalam bagian ini. Ini adalah sebuah peluang. Mengajak mereka untuk bergabung dalam kerajaan bisnis Anda, kenapa tidak? Generasi yang kreatif dan penuh inovasi siap menjadi bagian dalam usaha Anda mengembangkan sayap lebih lebar. Selain itu, menurut sebuah penelitian, 60% generasi Z ingin mengubah dunia menjadi lebih positif. Berikut data lengkapnya:



Manfaatkan pengaruh generasi Z

Tahukah Anda bahwa generasi Z ternyata memiliki pengaruh terhadap pembelian yang dilakukan oleh orang tua mereka? Generasi Z lebih banyak meneliti dan membaca ulasan dibandingkan orang tua mereka. Meskipun mereka tidak memiliki dana pribadi yang cukup untuk membeli sebuah mobil misalnya, bukan berarti Anda tidak perlu menjadikan mereka target pasar Anda. Pendapat mereka bisa jadi adalah faktor penentu pembelian yang dilakukan oleh orangtua mereka.



Bukan lagi loyalitas, tapi kualitas

Inilah salah satu keunikan dari generasi Z. pada generasi sebelumnya, konsep loyalitas merek mungkin masih berfungsi. Namun hal itu tidak lagi berlaku pada generasi Z. tidak peduli seberapa besar dan populernya sebuah merek, generasi Z akan lebih memilih kualitas. Nah, Anda dapat memanfaatkan peluang ini untuk memberikan apa yang mereka inginkan. Terlebih yang perlu Anda ingat, sekitar 61% generasi Z lebih cenderung tertarik pada merek baru.

Kesimpulannya, generasi Z adalah sebuah peluang bisnis baru yang belum dimanfaatkan. Anda hanya perlu menyusun strategi baru dengan memahami pola pikir, perilaku, serta bagaimana cara mereka mengonsumsi sebuah produk. Anda tidak bisa menggunakan metode lama untuk dapat menguasai pasar generasi Z ini. Anda perlu lebih kreatif menggunakan sosial media sebagai sarana marketing. Dukung karakteristik mereka yang memiliki jiwa kewirausahaan. Dengan demikian, bukan hal yang mustahil untuk dapat “menguasai” generasi Z.

Source:

<https://www.pexels.com/>

<https://www.quicksprout.com/2018/01/29/the-ultimate-guide-to-generation-z-marketing/>

<http://biz.kompas.com/read/2017/10/06/190000428/mengenal-karakteristik-gen-z-generasi-setelah-millennial>