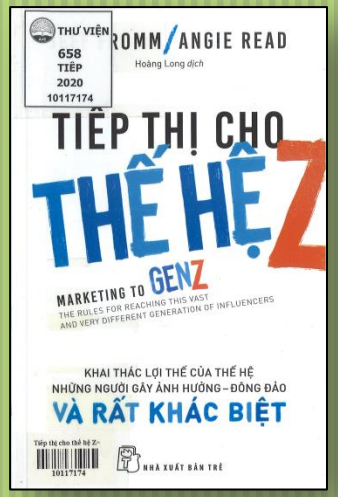
TIẾP THỊ CHO THẾ HỆ Z: Marketing to GENZ

Khai thác lợi thế của thế hệ những người gây ảnh hưởng - đông đảo và rất khác biệt



Tác giả: Jeff Fromm, Angie Read; (*dịch Hoàng Long*)

Nhà xuất bản: Trẻ

Nơi xuất bản: Tp. Hồ Chí Minh

Năm xuất bản: 2020

Môn loại: 658

Thế hệ Z đã xuất hiện, với số lượng đông đảo và tầm ảnh hưởng lớn. Nhóm khách hàng sinh từ 1996-2010 chiếm 40% người tiêu dùng năm 2020, thống lĩnh thị trường và làm lu mờ các nhóm tuổi khác. Chăm chỉ, nhận thức về xã hội, và nghi ngờ các chiến dịch tiếp thị thổi phồng, nên họ đã hình thành bản sắc của riêng mình – vừa khác biệt với các thế hệ trước vừa đòi hỏi hơn.

"***Tiếp thị cho thế hệ Z: Marketing to GENZ***" sẽ cho biết thế hệ khách hàng mới này là ai, họ đánh giá cao điều gì, họ ra quyết định thế nào, và kết nối với họ ra sao. Dựa trên nhiều nghiên cứu và các phỏng vấn chuyên sâu, quyển sách cung cấp những nguyên tắc mới trong tiếp thị, cách thức để chiếm lĩnh được trái tim của những người trẻ vốn ghét các quảng cáo "ồn ào". Cuốn sách sẽ giúp bạn đọc biết cách: Xây dựng thông điệp tiếp thị phù hợp; Tận dụng tối đa công nghệ để tiếp cận nhóm khách hàng này; Tập trung vào các trải nghiệm; Khai thác lợi thế của truyền thông xã hội; Giao tiếp với thế hệ Z bằng hình ảnh, video, biểu tượng, emoji; Đem lại những trải nghiệm mua sắm vượt trội, cả qua kênh trực tuyến lẫn ngoại tuyến tại các trung tâm thương mại...

Tiếp thị cho thế hệ Z gồm 8 chương, là một phân tích toàn diện về những nghiên cứu chuyên sâu và các tình huống nghiên cứu, qua đó gợi ý cho những người làm tiếp thị những lộ trình để tiếp cận một thế hệ đặc biệt, "*Thế hệ Vĩ đại*" thứ hai.

Trân trọng giới thiệu cuốn sách cùng bạn đọc!