

The Millennial Divide

Entre **1979 e 1995** nasceram as mais de **80 milhões** de pessoas chamadas de **millennials**. Dentro de todas as gerações **existem diferenças** comportamentais, principalmente se comparamos os **nascidos no início** delas com os **nascidos no final**, mas em nenhuma o **gap é tão significativo** quanto entre os dois extremos desse grupo. Aliás, **nem mesmo entre** diferentes gerações.



COMO

ISSO ACONTECEU?

2007

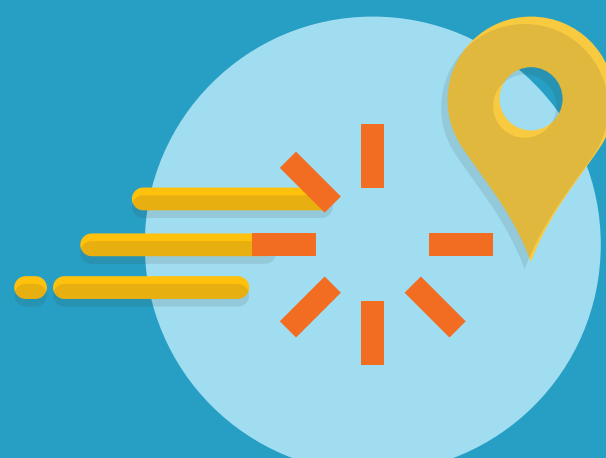
Em **2007**, surgiram os **smartphones** e com eles os **micro-momentos**.



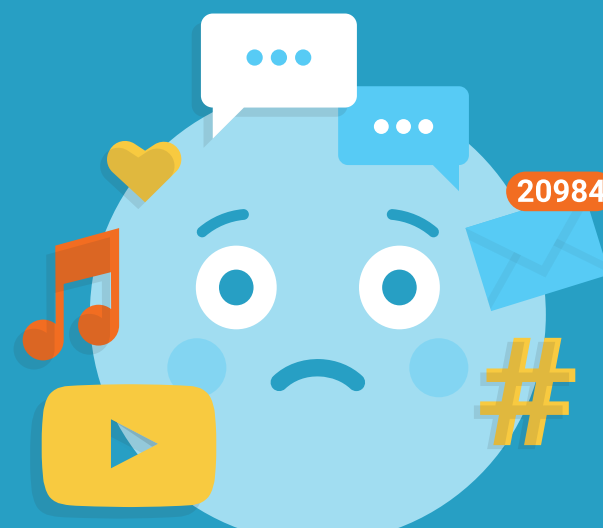
CONSEQUÊNCIAS



Acesso à informação em **qualquer lugar** a **qualquer hora**



Cultura da **velocidade** e do **imediatismo**



FOMO
(fear of missing out / o medo de estar perdendo algo)



2008

Em 2008, a **quebra de grandes instituições financeiras** deu início à **Grande Recessão Mundial**.

CONSEQUÊNCIAS



Desemprego



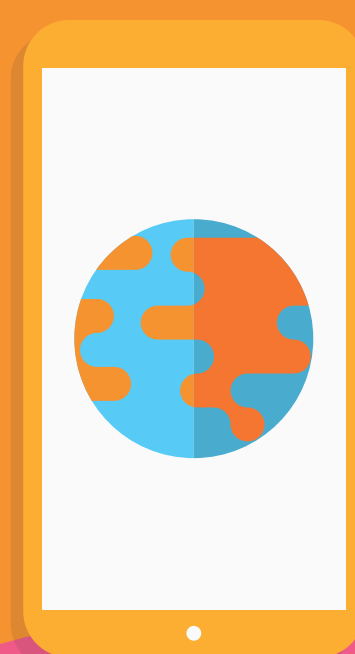
Inflação



Pessimismo



Os **millennials nascidos no início da geração** conheceram o mundo quando o **acesso à informação era limitado** e ainda se acreditava em milagres financeiros. Já **aqueles que nasceram, do meio para o final da geração**, experimentaram um mundo muito mais cético em relação à economia e onde **tudo acontece na velocidade de um toque** na tela.



ESSE FENÔMENO É O QUE CHAMAMOS DE:

18 - 24 **THE MILLENNIAL DIVIDE** 25 - 34

OLD MILLENNIALS 25 A 34 ANOS



Foram **crianças/adolescentes** nos **anos 90**



Viveram parte da vida **sem internet**



Foram **surpreendidos** pela **recessão econômica**



Quando os **smartphones** e **redes sociais** surgiram, já eram **adultos**.

TENDEM A SER MAIS OTIMISTAS, COLABORATIVOS E FLEXÍVEIS



NOSTALGIA É APELIDO

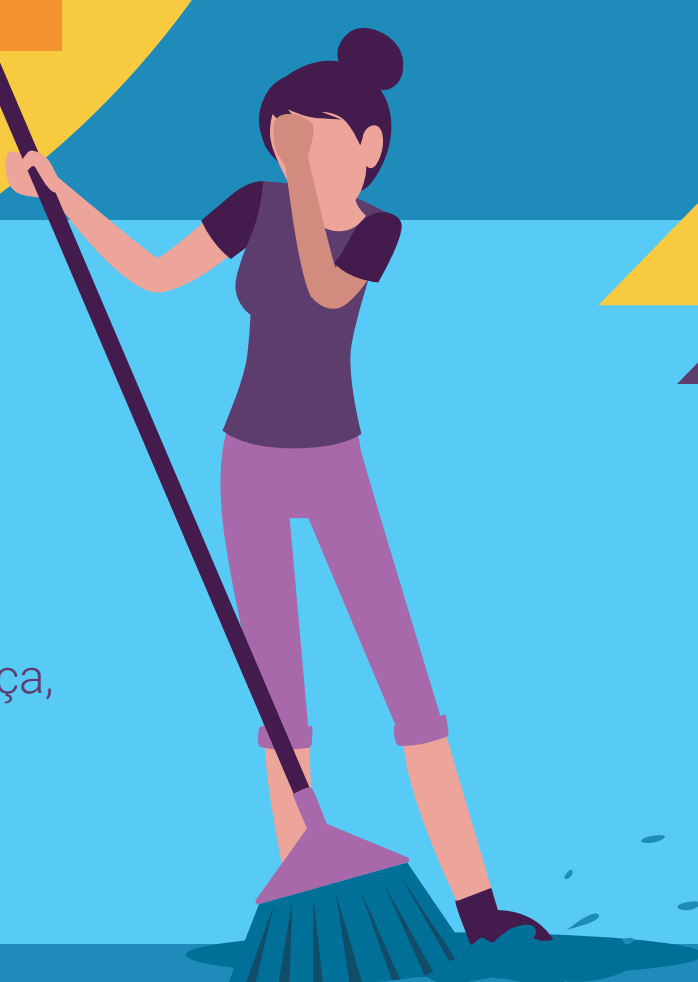
Old Millennials consomem mais **conteúdos relacionados aos anos 90 no YouTube** do que qualquer outra faixa etária.



Fonte: Dados internos do Google

A SOFRÊNCIA DO A.DUL.TING

Adulting: fingir se comportar como um **adulto responsável ao fazer tarefas rotineiras** porém necessárias, como lavar louça, cozinhar, ter um emprego fixo etc.



A maioria dos **Old Millennials** está passando por **momentos importantes da vida** que exigem maturidade.

Você viveu ou espera viver algum dos eventos abaixo **nos próximos 12 meses?**



Fonte: Google Consumer Surveys, 25-34, Entendimento da geração, 2017

PARA AMENIZAR O PESO DE TER QUE AGIR COMO "GENTE GRANDE", ELES:

FAZEM DETOX DA VIDA

Com tanto **adulting**, vira e mexe, os **Old Millennials** **precisam de uma pausa para esvaziar a cabeça**. Esses **breaks**, com frequência, **acontecem no YouTube**.

O termo **"satisfying video"** gera **mais de 2.3M de resultados** de busca no YouTube.

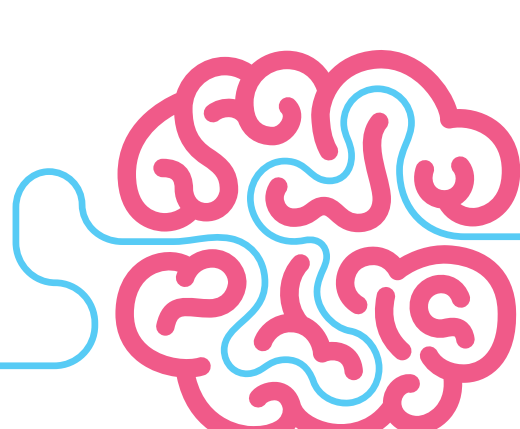
Fonte: Dados internos do Google

O PRAZER DO ASMR

Esta é a sigla para **Autonomous Sensory Meridian Response (resposta sensorial autônoma do meridiano)**. ASMR é uma reação do organismo que se manifesta em **resposta a estímulos visuais, auditivos e cognitivos** e gera **experiências sensoriais de prazer e relaxamento intenso**. E também o **grande segredo do sucesso** dos **satisfying videos**.



Em julho, a **Ikea US** lançou a campanha Oddly Ikea, com **vídeos usando esta técnica**.



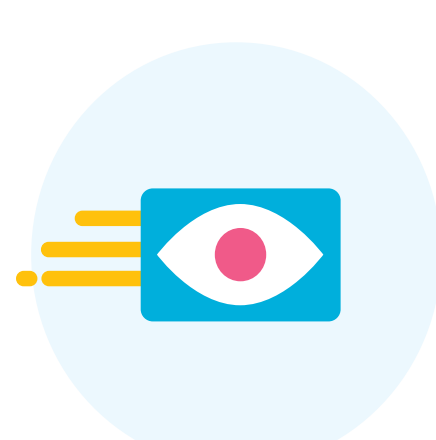
"HACKEIAM" A VIDA

Procuram maneiras de **simplificar as tarefas** de adulto para **ter mais tempo** para o que é divertido e prazeroso.



+19M

Ao **buscar por "Life Hacks"** encontramos mais de **19M de resultados** no YouTube



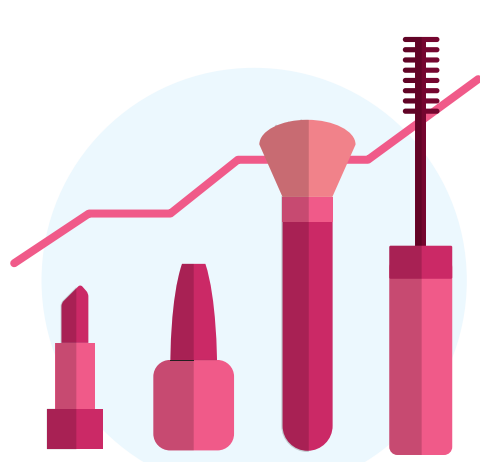
10M

O vídeo **"TOP-100 BEST LIFE HACKS AND DIYS"** ultrapassou os **10M de views** antes de fazer **1 mês** de publicação



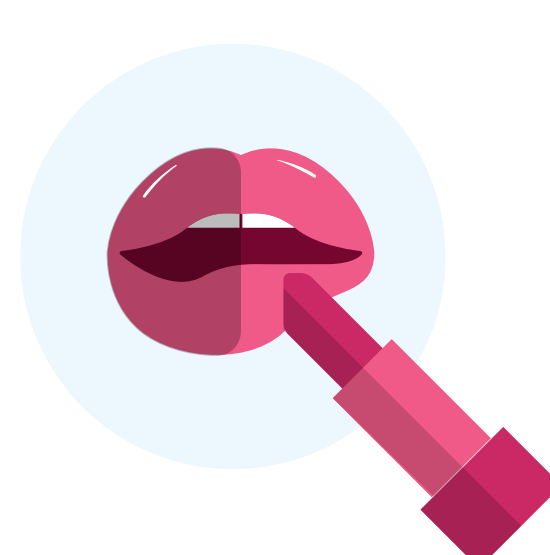
1 em cada 3

mulheres **usa o YouTube** como **principal fonte de informação** quando assunto é **beleza**.



+48M

O termo **"make-up hacks"** gera mais de **48M de resultados** na plataforma

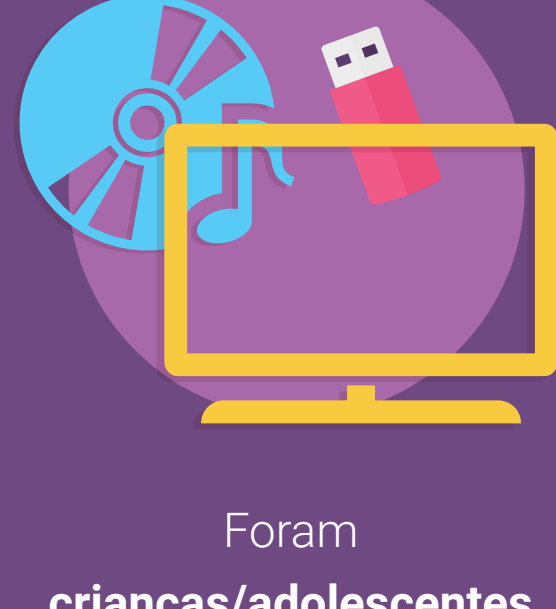


+94M

Só o vídeo **"DIY Makeup Life Hacks"** acumula **mais de 94M de views**

Fonte: Dados internos do Google

YOUNG MILLENNIALS 18 A 24 ANOS



Foram
crianças/adolescentes
nos anos 2000



Já nasceram
conectados
à internet



Já conheceram
o mundo em
recessão econômica



Smartphones
e redes sociais
são regra desde
a escola

TENDEM A SER REALISTAS, QUESTIONADORES E FINANCEIRAMENTE CONSCIENTES.



A VIDA É AGORA

89% dos young millennials se dizem adeptos da filosofia
“YOLO” (You only live once/só se vive uma vez).



Fonte: Pesquisa “Vivendo 80 semanas na vida do jovem brasileiro” - B2



EDUCAÇÃO É FUNDAMENTAL



42%

dos young millennials
têm o diploma como
maior sonho.

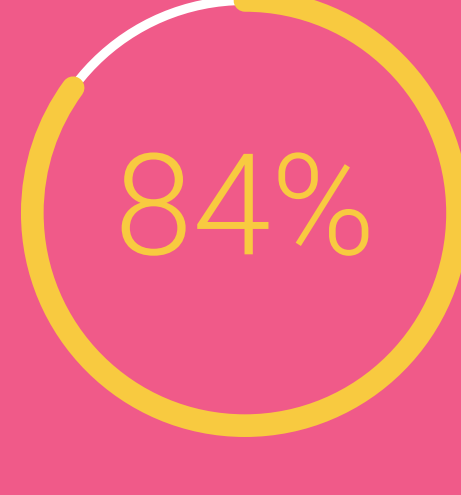


31%

usam o YouTube
como um parceiro
de estudos.

Fonte: Pesquisa “Vivendo 80 semanas na vida do jovem brasileiro” - B2

NÃO TENHO TEMPO PARA O QUE NÃO ME INTERESSA ▶ |



não gosta de propaganda.



prefere comprar marcas e
produtos que falem com eles
através de seus interesses.

Fonte: Edelman 8095, Millennials “A tribe of individuals”



MAS O QUE UNE ESSA GERAÇÃO, AFINAL?

Tenham crescido junto com a internet ou nascido
em um mundo já totalmente conectado, o que coloca esses
dois grupos em um mesmo universo é o acesso à informação.

Acesso é a moeda social da cultura de hoje. E para esses
jovens adultos, o jeito de obtê-lo é pelo YouTube

E COMO AS MARCAS PODEM FAZER PARTE DISSO?

Criando e distribuindo conteúdos capazes de

ENTRETER, EDUCAR e INSPIRAR.

ENTRETER

Pequenas distrações para aliviar a pressão
dos compromissos do dia a dia.



Ex: **DESTRUCTION VIDEOS** e **CRAZY CHALLENGES**

Vídeos onde objetos - quase sempre de valor ou
que despertam desejo - são destruídos a troco de nada.

Desafios malucos, onde pessoas se propõe a fazer
coisas audaciosas e inesperadas.

A loja **Vat19** vende produtos, no mínimo, curiosos. E, para
divulgar seu catálogo, criou um canal que é recheado de vídeos
desse tipo, que tem quase **4M** de inscritos.

EDUCAR

Oportunidades de adquirir conhecimento *on demand* sobre
os mais diferentes assuntos de um jeito rápido e leve.



Ex: **Explainer Videos**

Vídeos que apresentam informações por meio de uma didática
simples e bonita, indo direto ao ponto. Geralmente vêm
em formato de animação.

YouTube também é escola. Para **31%**, a plataforma
é uma fonte de aprendizado.

Fonte: YouTube Insights

Um dos primeiros vídeos a viralizar e criar essa estética foi o

The History of Japan, com mais de **30M** de views.

INSPIRAR

Ideias e referências para refrescar o olhar e trazer novos elementos,
tanto para pequenos projetos do dia a dia quanto
para grandes projetos de vida.



Ex: **LIFE HACKS**

Se refere a truques de produtividade que podem ser aplicados
para superar a sobrecarga de informação, pendências
e tarefas do dia a dia.

33% das pessoas entre **25-34** estão se mudando
para apartamentos de um ou dois cômodos.

O vídeo **“100 BEST HACKS AND CRAFTS FOR YOUR APARTMENT”**,

publicado em março de 2017, em agosto já acumulava

mais de **20M** de visualizações.