

Почему миллениалы не заслуживают того, чтобы о них думали плохо

Автор

Мэтт Андерсон
(Matt Anderson)

Дата публикации

Июль 2017 г.

Темы

Видео, Понимание
потребителя

Миллениалов часто называют “поколением эгоистов”. Мэтт Андерсон, миллениал и видеомаркетолог YouTube, рассказывает о новом исследовании, проведенном его коллегами, которое может изменить наши представления о поколении Y в лучшую сторону.

О миллениалах написано и сказано так много, что, казалось бы, маркетологи уже должны знать о них абсолютно всё. Наберите в Google “маркетинг для миллениалов”, и вы получите огромное количество результатов.

В США поколение миллениалов не только самое многочисленное, но и, возможно, самое изученное из всех. Причина проста: если бренду удастся завоевать любовь миллениалов, они становятся его преданными поклонниками на многие десятилетия вперед.

Сам я, как миллениал и как маркетолог, нередко удивляюсь возникшему ажиотажу. Однако, несмотря на всю популярность темы, она пока раскрыта недостаточно. Многие мои сверстники подтвердят, что о нашем поколении можно сказать ещё очень много, особенно если речь идет об Интернете. Вспомните хотя бы про селфи.

think with 

Новое исследование YouTube дает более ясный и позитивный образ поколения, которое принято считать надменным и самовлюбленным. Если проанализировать, какие видео миллениалы смотрят на YouTube и почему, станет понятно, что не стоит верить расхожим мнениям.

Поколение инициативных

Вы наверняка слышали о том, что в детстве нас, миллениалов, часто поощряли не за победы, а за участие – поэтому мы и выросли такими расслабленными. Честно говоря, и у моих родителей на чердаке завалялась пара моих медалей за участие в каких-то соревнованиях. Но что с того?

Многие считают, что ленивыми миллениалов сделала общедоступность технологий. Возможно, технологии и виноваты в том, что у нас нет некоторых навыков наших родителей. Например, миллениалы плохо едят от руки. Однако это не имеет никакого отношения к лени. Зато мы активно используем технологии, чтобы учиться новому и применять полученные знания на практике.

Многие считают, что ленивыми миллениалов сделала общедоступность технологий. Возможно, технологии и виноваты в том, что у нас нет некоторых навыков наших родителей. Например, миллениалы плохо едят от руки. Однако это не имеет никакого отношения к лени. Зато мы активно используем технологии, чтобы учиться новому и применять полученные знания на практике.

В прошлом году 70% зрителей YouTube, относящихся к поколению миллениалов, смотрели видео, помогающие приобрести какой-либо навык или узнать что-то новое¹. А поскольку есть столько доступных видео, зачем читать длинные инструкции? Новое исследование показало, что, когда миллениалы захотят узнать что-то новое, вероятность того, что они откроют YouTube, в 2,7 раза выше той, что они обратятся к книге².



В прошлом году 70% зрителей YouTube, относящихся к поколению миллениалов, смотрели видео, помогающие приобрести какой-либо навык или узнать что-то новое.

Источник: Google и Ipsos Connect, опрос среди респондентов из США в возрасте 21–36 лет, n = 1901, результаты инвариантны к типам устройств. Даты проведения опроса: 27.04.2017 – 05.05.2017.

При этом по видео миллениалы готовы обучаться самым разным навыкам – от приготовления омлета до метания копья.

Поколение самосовершенствующихся

Миллениалы также готовы самостоятельно следить за своим здоровьем. 47% респондентов подтвердили, что они смотрят видео на YouTube, чтобы узнать, как поправить свое здоровье или улучшить самочувствие³.



47% миллениалов смотрят видео на YouTube, чтобы узнать, как **поправить свое здоровье** или улучшить самочувствие.

Источник: Google и Ipsos Connect, опрос среди респондентов из США в возрасте 21–36 лет, n = 1901, результаты инвариантны к типам устройств. Даты проведения опроса: 27.04.2017 – 05.05.2017.

YouTube нужен миллениалам не для того, что видеть идеальную картинку вместо реальной жизни. Им нравятся авторы, которые не стесняются говорить о собственных проблемах, и сообщества, созданные для поддержки других людей. Поэтому неудивительно, что в числе наиболее популярных авторов YouTube есть те, кто рассказывает зрителям о психическом здоровье. Например, Markiplier, который борется с предрассудками о людях, страдающих депрессией и биполярным расстройством, или Джон Грин (John

Green), рассказывающий о своей борьбе с тревожным неврозом.

Поколение мечтающих

Все знают, что миллениалы делают селфи. Однако это не значит, что они поглощены только собой. Для нас очень важно знать мнение людей, которые не похожи на нас самих, и YouTube является хорошим источником таких знаний. 39% респондентов отметили, что за прошлый год YouTube помог им по-новому взглянуть на мир или пройти через переломные моменты жизни⁴.



За прошлый год YouTube помог **39%** миллениалов **по-новому взглянуть на мир** или пройти через переломные моменты жизни.

Источник: Google и Ipsos Connect, опрос среди респондентов из США в возрасте 21–36 лет, n = 1901, результаты инвариантны к типам устройств. Даты проведения опроса: 27.04.2017 – 05.05.2017.

Рассказывая о себе, авторы YouTube становятся источником вдохновения и поддержки для зрителей, которые находятся в непростой жизненной ситуации. 45% миллениалов отметили, что видео на YouTube вдохновили их принять важные жизненные решения⁵. Взять хотя бы пример Джиджи Горджес, чей документальный фильм “Это всё: Джиджи Горджес (This Is Everything: Gigi Gorgeous)”, представленный публике на фестивале “Сандэнс” и недавно вышедший на YouTube Red, поведал миру историю трансгендерного перехода от первого лица.

Поколение набирающих силы

Миллениалы становятся старше, а вместе с ними растет их покупательская способность. По мере того как они начнут принимать столь долго откладывавшиеся решения – о вступлении в брак, рождении детей, покупке недвижимости, – брендам и

маркетологам будет все более важно налаживать с этой аудиторией глубокий контакт.

Что касается меня, то я горжусь причастностью к поколению, которому суждено сделать мир лучше для самых разных и непохожих людей. В этом новом мире самосовершенствование станет важнее саморекламы, начнет цениться оригинальность и будут отстаиваться равные права.

Лентяи? Баловни? Нарциссы? Нет, это не про миллениалов. Только не заставляйте нас писать от руки.

Источники

¹⁻⁵ Google и Ipsos Connect, опрос среди респондентов из США в возрасте 21–36 лет, n = 1901, результаты инвариантны к типам устройств. Даты проведения опроса: 27.04.2017 – 05.05.2017.