

GENERACE V KOŠÍKU

KOŠÍK NAPŘÍČ VĚKY: CO NÁS
SPOJUJE, CO NÁS DĚLÍ?

**co si dneska koupí
mileniál, co
babyboomer?**

GENERACE

Každá generace nakupuje jiným způsobem



Baby Boomers
1945–1964

Generace X
1965–1980

Millenials
1981–1996

Generace Z
1997–2012

Alpha
2012–

BABY BOOMERS

1945–1964

Generace která vyrůstala v poválečném období a zažila obrovské ekonomické, technologické a psychologické změny.



Jsou to často naše rodiče nebo prarodiče dnešních generací Millennials (Y) a Generace Z.

BABY BOOMERS

Preference

Vyhybají se online nakupování a objednávání rádi vidí a případně osahají produkt před nákupem, z čeho vyplívá, že je nejčastěji vidíme v kamenných obchodech

Velký vliv má na ně i rodina či přátelé



Vyhledávají zboží, které dlouho vydrží

Před koupí zvažují výhody a nevýhody určitého zboží

Vyhledávají slevy/akce v letáčích, ale také dbají na kvalitu



Zůstávají věrní obchodům či mají své oblíbené osvědčené značky, a většinou je nemění

GENERACE X

1965–1980

Generace X je často považována za první generaci, která vyrůstala s počítači, ale zároveň nezažila plný boom digitálního světa, jak to mají mileniálové nebo generace Z.



Co se týče nakupování, Generace X má určité speciifické preference a chování, které se liší od mladších generací.

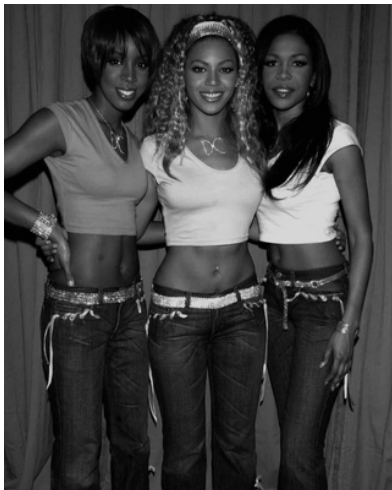
GENERACE X

Preference

Zaměřují se na kvalitu a hodnotu produktu
Nebojí se utrácet. Často nakupují nejvíce a
nebojí se vysokých cen
Preferují pohodlí a bezpečnost při online nakupování.

Rádi si ověří produkty v kamenných obchodech, ale nákup dokončí na internetu.

Tato generace je tedy
přizpůsobena jak tradičnímu, tak
digitálnímu nakupování



Generace často preferuje a nakupuje od značek, kterým
důvěřuje

Stále častěji se přesouvá k online nákupům.

GENERACE Y (MILLENNIAL)

1981–1996

Ovlivnění technologickými inovacemi, sociálními sítěmi a hodnotovými preferencemi.



Generace Y (Millennial)

Preference

Preferují online nakupování.

K rozhodování využívají recenze ostatních,
sociální média a srovnávače cen.



Využívají digitální peněženky a aplikace a weby
přizpůsobené pro snadný a rychlý nákup.



Často hledají slevy a výhodné nabídky, rádi využívají
kupony a sezónní výprodeje.

Důvěřují spíše influencerům a doporučením od
přátel než reklamám.

Generace Z

1997–2012

často popisována jako „digitální nativové“, protože vyrůstali v době, kdy byly internet, mobilní telefony a technologie běžnou součástí života



mají specifický přístup k nakupování, který se značně liší od předchozích generací.

Generace Z

Preference

Nakupování online je pro ně pohodlné a rychlé, a často preferují nakupování bez nutnosti jít do kamenných obchodů.

Jejich nákupní zvyklosti jsou formovány technologiemi a sociálními médii.



silné zaměření na hodnoty, jako je udržitelnost a trendy

Zvyklí nakupovat přes internet, zejména prostřednictvím smartphonů.

Pokud zjistí, že recenze jsou zfalšované nebo nerealistické, mohou to vést k negativnímu vnímání značky.

Produkty často objevují prostřednictvím influencerů, reklam a doporučení na těchto platformách

Generace Alpha

2013 – 2025

Děti narozené po roce 2012 vyrůstají v digitálním světě, což významně ovlivňuje jejich nákupní chování.



Generace Alpha

Preference

Vliv sociálních médií a influencerů:

Děti často důvěřují doporučením influencerů a tvůrců obsahu

Rychlost dodání je pro ně důležitá; 83 % mladých nakupujících ji považuje za klíčovou



vysoce propojena s technologiemi a sociálními médii.
Pětina dětí plánuje nakupovat pomocí mobilních zařízení.



SHRNUTÍ

V době, kdy má každý z nás v kapse celý svět na pár kliknutí, se proměňuje i to, jak a proč nakupujeme.

. A právě tady nastupují do hry generace.

Zatímco Baby Boomers nedají dopustit na osobní přístup a kamenné obchody, Generace Z očekává rychlost, autenticitu a především digitální pohodlí. Generace X hledá jistotu, kvalitu a rozumný poměr cena/výkon. A Milleniálové? Ti chtějí něco navíc — značku, která rezonuje s jejich životním stylem a hodnotami.

Generace Alpha, která zatím nenakupuje sama, ale už teď ovlivňuje rozhodnutí svých rodičů.

Vyrůstá s hlasovými asistenty, dotykovými displeji a personalizovaným obsahem na každém kroku.

Otázka pro čtenáře: Co si o tom myslíte a jak se o tom rozhodujete vy?

Dejte nám to vědět zasláním dopisu na náš e-mail.



Autoři: Voronina Anastasiia
Nikola Tupá
Karolína Balíková
Koordinatorka: Jana Šmídová



**VYŠŠÍ ODBORNÁ ŠKOLA
A STŘEDNÍ ZEMĚDĚLSKÁ
ŠKOLA TÁBOR**

Kontakty: E.mail–
vvstasy1@gmail.com
Telefon: +4206607720125
Adresa: Náměstí T.G.Masaryka
778, Tábor 390 02