



**НОВ
БЪЛГАРСКИ
УНИВЕРСИТЕТ**

КУРСОВА РАБОТА

НА ТЕМА

**ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВОТО НА МАРКЕТИНГА ЗА МИЛЕНИУМ
ПОКОЛЕНИЕТО**



Изготвил:

Проверил:

София, 2016

СЪДЪРЖАНИЕ:

- 1. Какви са характеристиките и особеностите Милениум поколението?.....2**
- 2. В какво се изразява властта на тези потребители?.....2**
- 3. Коя информация можем да идентифицираме като релевантна и полезна за маркетинга?.....3**
- 4. Кои са плюсовете и минусите на Милениум поколението?.....4**
- 5. Представяне на пример/и на успешни практики на компании и марки в активности насочени към Милениум поколението.....5**
- 6. Изводи и препоръка на студента, аргументирани и подкрепени с конкретни примери.....5**
- 7. Заключение.....7**
- 8. Използвана литература**

1. Какви са характеристиките и особеностите Милениум поколението?

Членове на Поколение Y (Gen Y), известно също Милениум поколението, са родени между края на 1970 г. и края на 1990г. Общият брой на неговите членове е близък на този на хората от поколението Бейби бумъри, приблизително 80 милиона души.

Това поколение се моделира от интернет и глобално свързания свят. Като деца, те са защитавани от своите родители и се характеризират с високо самоуважение и самочувствие и вярата, че всичко е възможно. Те са оптимисти, социални са и имат високи очаквания за себе си и другите. Като цяло, това поколение е най-образовано в сравнение с предходните и притежава по-висши технически познания от всички други поколения. Милениумите търсят смислена и предизвикателна работа. Постепенното и забавено навлизане в реалния живот се поддържа от техните родители, които са потворени към това да предлагат своите деца подкрепа, често под формата на дом и храна.

Поколенията, като хора, имат своите характеристики, и поколението на хилядолетието (Милениума) са започнали да показват техните: увереност, самостоятелно изразяване, либералност, оптимистичност и отвореност към промени.

Те са по-етнически и расови разнообразни от техните родители. Те са по-малко религиозни, по-малко склонни да служат в армията и се прогнозира, че това поколение ще бъде най-образованото в историята на САЩ¹.

2. В какво се изразява властта на тези потребители?

Поколението на хилядолетието харчи на годишна база над \$ 200 млрд. Тяхната непряка покупателна способност всяка година е около 500 милиарда \$, която се дължи основно на силното им влияние върху техните родители. Прогнозира се, че покупателната способност на поколението на хилядолетието ще се увеличи с нарастване на тяхната способност да печелят в бъдеще.

Милениума поколението е израснало в епохата на безпрецедентно богатство и бързо технологично развитие. Всъщност, се очаква те да бъдат и да останат най-богатото поколение. Те имат навици и предпочитания по отношение на комуникация,

¹ <http://www.pewsocialtrends.org/2010/02/24/millennials-confident-connected-open-to-change/>