

面向职场内外千禧一代营销的 4 点建议



预计到 2019 年，千禧一代将超越婴儿潮一代，成为美国人数最多的一代¹。由于庞大的人口数量，千禧一代的选择和偏好将产生巨大的影响。了解如何从千禧一代的职场价值观全面深入地了解他们，以及如何据此向这个越来越重要的群体展开营销。

① 十分看重弹性工作制

千禧一代渴望能在工作和生活中拥有更加灵活自由的选择。他们许多人不再坚守严格的朝九晚五工作制度，而是按自己的需要灵活调整工作时间。此外，如果全职工作无法满足他们的需求，许多人都表示，他们会考虑开辟副业，甚至全身心投入“零工经济”。

在全球受访的千禧一代中，

72% 的人表示有必要挑一家能提供灵活工作安排的公司效力。

64% 的受访千禧一代表示，他们愿意加入“零工经济”，作为全职工作以外的副业，42% 的受访者甚至表示，他们愿意放弃全职工作，成为自由职业者。²

② 展现您的价值观

在选择公司或商家时，许多千禧一代甚至会评估它们的价值观是否与自身的价值观一致。在工作中，许多千禧一代将职场视为一个团队，大家聚集在一起是为了实现共同的目标。

在全球 11 个开展调查的市场中，与婴儿潮一代相比，千禧一代：

1.3 倍 看重能效力于符合自身价值观的公司的可能性是前者的 1.3 倍。

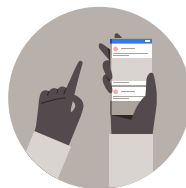
1.5 倍 将职场视为一个团队的可能性是前者的 1.5 倍。

③ 保持沟通的开放性

千禧一代更加重视公开透明。正如他们喜欢在网上“晒”生活点滴一样，许多千禧一代同样希望企业能提供开放坦诚的沟通和交流环境。他们中很多人都看重企业内部的知识共享。

在全球 7 个开展调查的市场中，

87% 的千禧一代表示，他们鼓励在企业内部开展知识和信息共享。³



在美国，受访的千禧一代表示，他们希望公司保持透明的首要渠道是社交媒体。⁴

4 注重对新兴技术的运用

千禧一代热衷于使用能让生活变得更加美好的技术。用于私人生活的技术被他们带入职场：从直播视频到消息功能，他们使用各种各样的科技产品与同事沟通交流。实际上，在全球 7 个开展调查的市场中，87% 的受访千禧一代表示，他们很看重向同事发消息的能力⁵，并且许多人似乎都希望公司采用最新技术，包括人工智能。

在职场内外，千禧一代都勇于提出新要求、新期望和开创全新的工作方式。随着千禧一代不断成长与壮大，他们的影响力与日俱增，认识并接纳他们所崇尚的价值观能帮助品牌吸引这一代人的注意力。

在全球 11 个开展调查的市场中，与婴儿潮一代相比，千禧一代：



1.4 倍

看重能效力于使用最新工具和技术的可能性是前者的 1.4 倍。



1.4 倍

表示人工智能可帮助人们更好地管理生活的可能性是前者的 1.4 倍。



营销攻略

宣扬您的使命：用实际言行向整个世界展示您的品牌或企业坚守的信念。思考怎样才能营造更加公开透明的企业文化，激起员工及商品和服务消费人群的情感共鸣。把目标付诸实践，研究人们构建社群的方式及如何与他们建立更有意义的关系。

迎合千禧一代的偏好：从工作到购物，千禧一代渴望在生活中享受到各种便利性与灵活性。思考您能如何打造正对他们“胃口”的解决方案。在沟通交流上，这可能意味着利用 [Messenger](#) 和 [WhatsApp](#)，让他们能使用最方便的工具联系到您。在履单上，这可能包括提供店内提货选项，承诺当日送达或提供订阅服务。

关注千禧一代引发的新趋势：在职场内外，千禧一代都是推动变革的领导者，企业则是顺应潮流的一方。了解沃尔玛和维珍航空等具有前瞻性眼光的企业，甚至世界自然基金会 (WWF) 等非营利组织的做法。通过在工作中采用新一代科技工具，他们成功赢得了千禧一代的青睐。从自动化到增强现实等新技术已成功用于提高员工的工作效率，参考这种做法，思考能如何利用这些技术来改善客户的购物流程。

除非另有说明，否则所有数据来源均为：“Trends 2.0”，Facebook 委托 Crowd DNA 开展的调研，对象为来自澳大利亚、巴西、加拿大、德国、法国、印度尼西亚、印度、韩国、尼日利亚、英国和美国的 11,300 名用户。千禧一代指年龄介于 24-33 岁的人群，婴儿潮一代指年满 54 岁的人群，2018 年 9 月。1. Richard Fry, “Millennials Projected to Overtake Baby Boomers as America’s Largest Generation”, Pew Research Center, 2018 年 3 月。2. “2018 Deloitte Millennial Survey”, Deloitte (对 36 个国家/地区 1983 年至 1994 年间出生的 10,455 名千禧一代开展的调研)，2018 年 1 月。3. “Work 2017 Study”, Facebook 委托 Ipsos MORI 开展的调研，对象为来自巴西、德国、印度尼西亚、印度、墨西哥、英国和美国的 10,526 名用户。千禧一代指年龄介于 25-34 岁的人群，婴儿潮一代指年满 55 岁的人群，2017 年 11 月。4. “From Risk to Responsibility: Social Media & the Evolution of Transparency”, Sprout Social, 2018 年 5 月。5. “Work 2017 Study”, Ipsos MORI。