



Высшая школа маркетинга и развития бизнеса  
НИУ «Высшая школа экономики»

# **Оцифрованные дети: применение цифровых технологий при продвижении товаров для детей**

**25 сентября 2012 г.  
“МИР ДЕТСТВА - 2012”**

# Сегодня дети другие

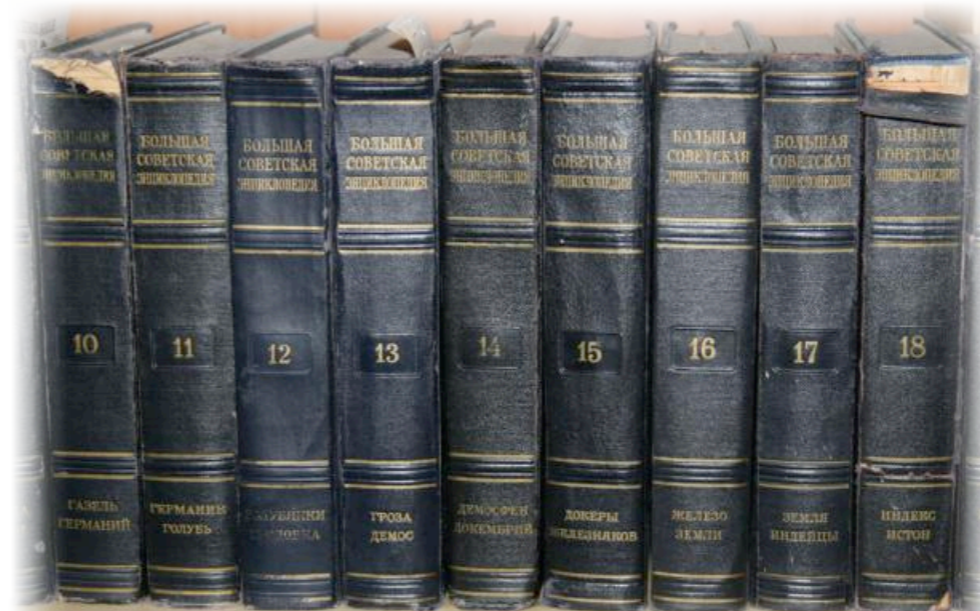


# Поколение screenagers



Первое поколение, которое растет с мышкой в руках и восприятием, что с изображением на экране можно взаимодействовать, а не просто рассматривать

# Давайте вспомним



# Мы жили в другом мире



# Гаджеты – новые “няньки”

600 телеканалов, 10,000 радиостанций,  
более 100,000,000,000 интернет страниц



# Немного цифр

**50 часов** в неделю проводят дети перед экраном

**9 из 10** подростков от 13 до 17 лет пользуются социальными сетями.  
3 из 4 имеют собственную страницу в них.

**68%** подростков пишут сообщения ежедневно

**51%** подростков пользуются социальными сетями ежедневно

**45%** подростков при общении с друзьями отвлекаются на написание сообщений, навигацию по интернет-сайтам, проверку социальных сетей



# Немного цифр

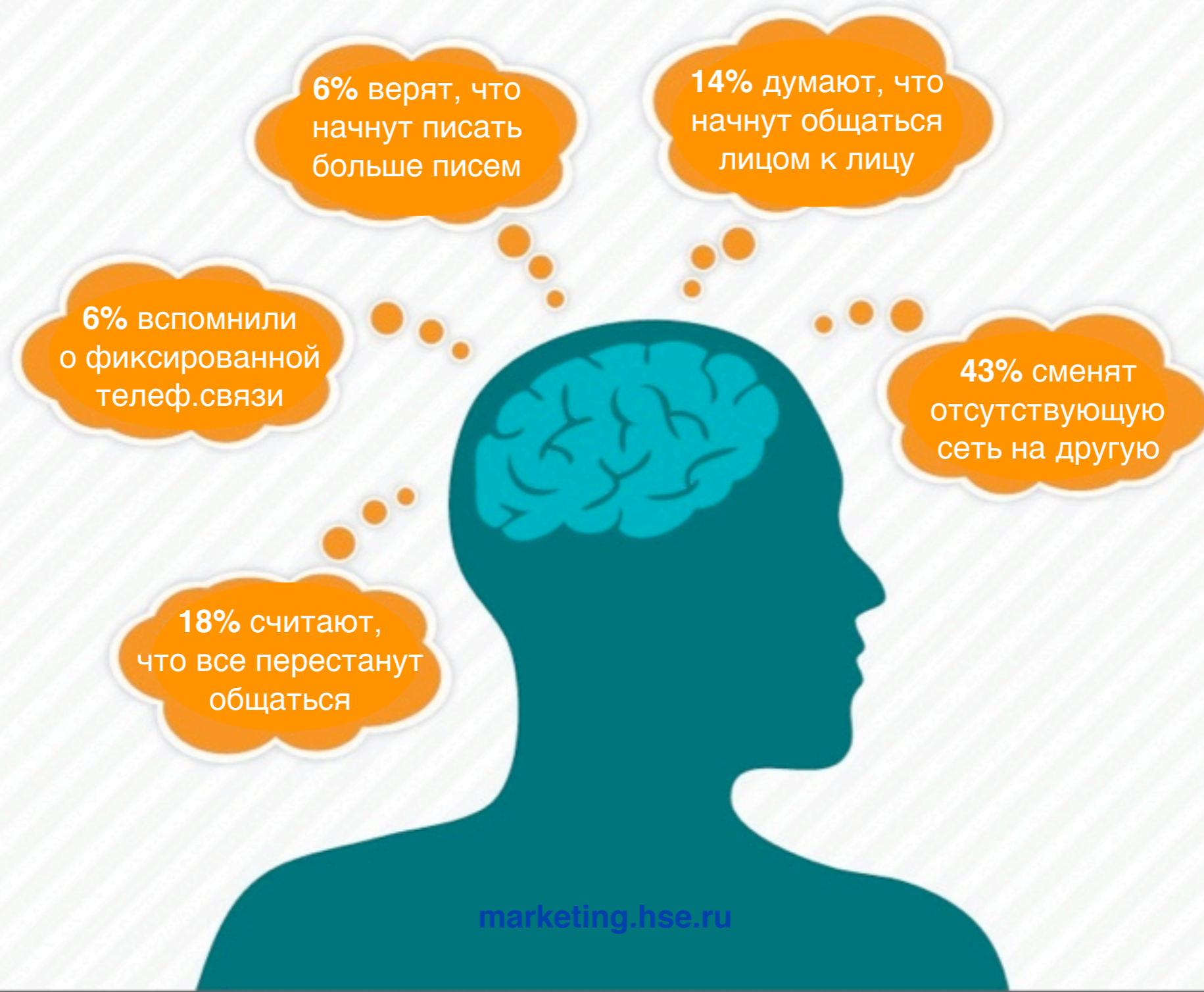
К возрасту **21 год** “оцифрованные” дети в среднем сыграют **10,000** часов времени в видеоигры, отправят и получат **250,000** имейлов и текстовых сообщений, посмотрят **20,000** часов телепрограмм, **500,000** рекламных сообщений.

При этом они проведут лишь **9,000** часов в школе и потратят не более **4,000** часов на чтение.



# Что будут делать подростки, если...

исчезнет их любимый канал коммуникаций



**Терпение было главным навыком**

**Теперь уже нет!**

# “Оцифрованные” дети

- Комфортно действуют с несколькими изображениями, текстами и звуками одновременно.
- Быстрая обработка информации. Мультизадачность.
- Визуальное “чтение”
- Пассивное наблюдение уже не работает. Это поколение не желает быть аудиторией, они часть действия.
- Они ожидают, хотят и нуждаются в интерактивной информации / ресурсах / коммуникациях.
- Потребность в реальных ощущениях.

**Китайская поговорка: Скажи мне и я забуду, покажи мне и я запомню и вовлеки меня и я пойму (поделюсь)**





*Pick n' Play!*

# Коммуникация

- Персонализированная
- Медийно насыщенная
- Вовлекающая
- Включающая, а не проталкивающая
- Вирусная / публичная

# Вопросы?

**amamontov@hse.ru**

