

디지털은 Zoomers (Gen Z)에게 새로운 의식의 통로이다

어린이 **88%**
는 매일 스마트폰을
사용합니다

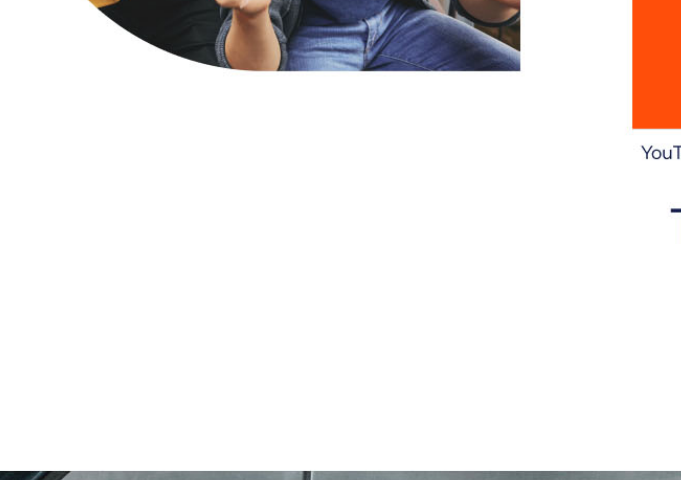
그리고 **81%**
는 자신의 스마트폰을
갖고 있습니다

디지털 기기중 스마트폰 을 가장 많이 사용합니다



Devices used by Zoomers

브랜드들은 모든 디바이스를 통해서 Z 세대를 위한 멀티 콘텐츠가 필요하다



Zoomers (Gen Z)들이 스마트폰을 통해 소비하는 콘텐츠



73%
Zoomers (Gen Z) 73%는
유튜브를 시청합니다

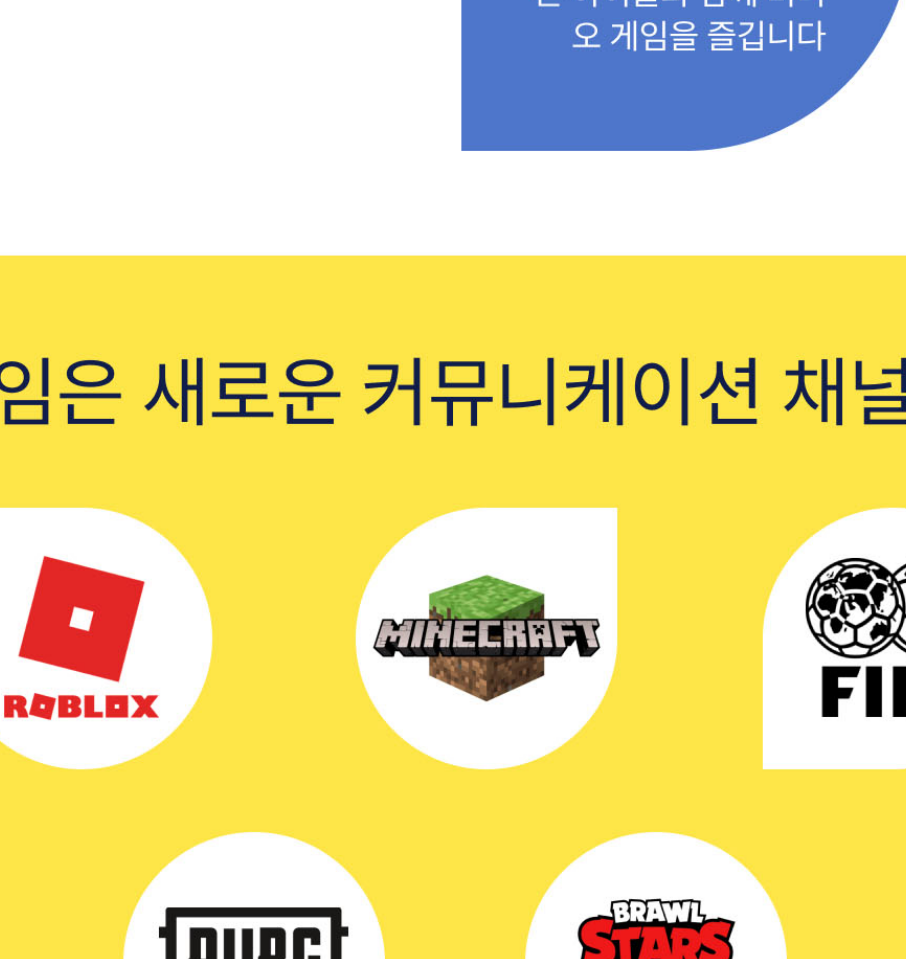


Top channels for Zoomers

한국에서는 가족의 개념이 중요하다

93%
Zoomers (Gen Z)
93%는 부모님과 온라인
소통을 합니다

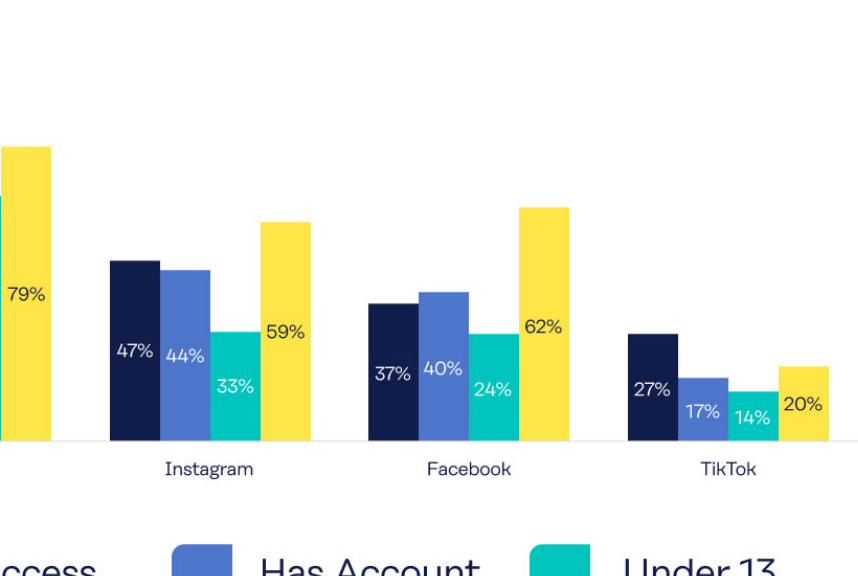
어린이들은 부모님과 함께 온라인에서
하루 평균 1시간 13분 시간을 보냅니다
디지털은 프라임 시간대를 바꿨다



Digital has democratised prime time.

이제는 하루 종일!

네이버가 가장 선호하는 플랫폼이나 소비하는 플랫폼이 다양해 지고 있다



69%
는 비디오 게임을 즐깁니다

39%
는 아이들과 함께 비디
오 게임을 즐깁니다

게임은 새로운 커뮤니케이션 채널이다



온라인에 있는 어린이들에게 는 많은 관심을 가져야 한다.

부모님들은 온라인의 어린이들을
항상 지켜봐야 합니다

부모님
47%
는 소셜 플랫폼이 아이들에
게 해롭다고 생각합니다

그러나
24%
만이 적극적으로 전달
하고 있습니다

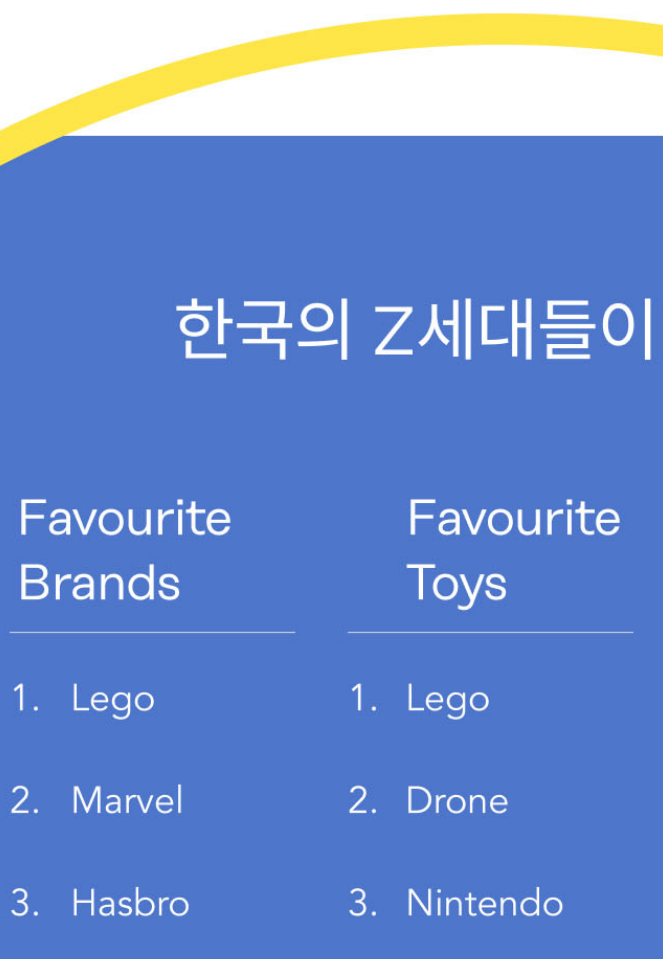


Zoomers on social media

Zoomers (Gen Z)들은 가정에서 구매활동 에 대한 가장 강력한 결정권을 갖고 있습니다



The impact of advertising on Zoomers



온라인은 Kids, Teens가
새로운 상품, 즐길거리,
앱 등 다양한 것을 찾는
공간입니다

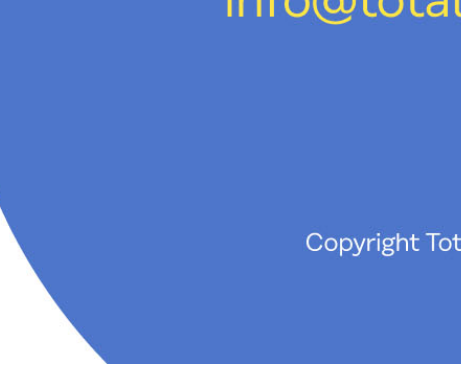
한국의 Z세대들이 사랑하는 것들

Favourite Brands	Favourite Toys	Favourite Snacks	Favourite Drinks
1. Lego	1. Lego	1. Poca	1. Coca-Cola
2. Marvel	2. Drone	2. Oreo	2. 사이다
3. Hasbro	3. Nintendo	3. Pringles	3. Pororo

49%
는 과자 구입에 용
돈을 사용합니다

매주 용돈을 사용하는 카테고리

1. 캔디,젤리(49%)
2. 음료 (44%)
3. 과자 (38%)
4. 기타 음식 (38%)
5. 문구(36%)



정리하면, 지금의 세상은 디지털 세상입니다
새로운 걱정과 위험을 품고 있지만, 새로운 고객들을
위한 마켓 플레이스입니다

더 많은 정보와 인사이트를 원하시
면 연락 주세요:

info@totallyawesome.tv