**Las generaciones digitales ¿cómo compran? ¿cómo venderles?**

Y tú qué eres ¿un millennial? ¿un baby boomer?, si te preguntan así seguro te extraña, pero es que todos pertenecemos a una generación y en la era digital dominar estos términos representa tener ventajas sobre los competidores, porque sabes qué compran los prospecto y cómo venderles según la edad; es una técnica se segmentación de mercado básica, sencilla y con excelentes beneficios.

* **Millennials, nacidos entre 1980 y finales de 1990**

Como es una generación bastante relacionada con la tecnología podemos confiar en que el marketing digital y las acciones en redes sociales son las que mejor llegan a los millennials. Las acciones de marketing tradicional en realidad no les afectan pues no consumen los medios tradicionales como la televisión y la radio. Con ellos el marketing digital y de redes sociales lo es todo.

* **Generación X, de 1960 a 1980**

Como es una generación que creció con los medios más tradicionales como parte de su infancia los consumen de vez en cuando, pero los generación X prefieren los medios digitales y la tecnología es una forma de organización y entretenimiento. Como son un poco más “nuevos” en las compras por internet es importante ganarse su confianza, pero no es algo difícil pues basan decisiones de compras en recomendaciones online.

* **Baby boomers, 1946 a 1965**

Esta generación es la más difícil de convertir en seguidores y compradores online porque no acostumbran tomar de decisiones en base a criterios de los usuarios, de hecho muchos son nuevos en redes y apenas conocen sitios como Airbnb o son reticentes al uso de Apps como Uber. Es imperativo el uso de marketing digital multicanal para llegar a ellos y el ganarse su confianza es todo, pues prefieren las formas tradicionales de compra, por lo que la presencia online se recomienda para promociones físicas o de tienda.

En sí, cada generación representa un reto distinto, pero como negocio es necesario identificarlas, conocerlas y enfocarnos a la generación que sea nuestro grupo de mercado.