

Sajtóközlemény

Kiadja: Budapesti Metropolitan Egyetem
Budapest, 2019-05-13

A fiatalok nem hisznek az influencereknek

Amikor döntést hoznak, a fiatalok jobban bíznak a közvetlen környezetükben, mint a tényekben és statisztikákban – derült ki a Budapesti Metropolitan Egyetem (METU) idén áprilisi felméréséből, melynek keretében közel 300 egyetemi hallgatót kérdeztek meg döntéshozatali attitűdjeikről. A kutatás szerint a trendekkel ellentétben az Y- és Z-generáció az influencereket nem tekinti hiteles forrásnak.

Negyedik alkalommal készítette el METU Index nevű kutatását a Budapesti Metropolitan Egyetem, melyet ebben az évben teljes egészében az egyetemen működő Marketing Műhely hallgatói terveztek meg és bonyolítottak le. Az intézmény idén azt vizsgálta, milyen forrásokból tájékozódnak az Y- és Z-generációs hallgatók, amikor döntést hoznak, illetve ezeket a forrásokat mennyire tartják hitelesnek és ténylegesen befolyásoló hatásúnak. Az 1995 után született Z-generáció 2019-ben már [a globális populáció 32 százalékát teszi ki](#) 7,7 milliárd fővel, így a vállalatoknak érdemes figyelembe venniük a korosztály döntési mechanizmusait a sikeres eladási stratégiák kialakításához.

A válaszadók közel egyharmada elsősorban a hozzátartozókhoz és ismerősökhöz fordul információért döntési helyzetben. A diákok emellett előszeretettel kutatnak és olvasnak véleményeket a kérdéses témában (21%) és sokuk összehasonlításokat is végez a lehetőségek között (20%). A fiatalok egy-egy márka saját felületeit – weboldalát és Facebook-oldalát – is releváns információforrásnak tekintik (21%, illetve 9%).

A megkérdezettek többsége szerint döntéseit közvetlen környezete – családja (29%), párja (20%) vagy barátai (17%) – befolyásolja a legjobban. Saját megítélésük szerint közel hasonló mértékben hatnak rájuk a statisztikák (18%), az internetes véleményekben azonban csak 10 százalékuk bízik. Az influencerek nyilatkozatai viszont már nem számítanak hiteles információforrásnak a fiatalok körében: a válaszadók mindössze 1 százaléka véli úgy, hogy befolyásolják döntéseiket.

A kutatás azt is megvizsgálta, hogy a fiatalok bizonyos helyzetekben gyorsan, vagy inkább megfontoltan hoznak-e döntéseket. A megkérdezettek négyötöde gyorsan dönt akkor, ha csupán néhány ezer forintos tétel megvásárlásáról van szó; a pár tízezer forintos tételek esetében azonban már megfordul ez az arány: 80 százalékuk nagyon komolyan átgondolja a döntést. A pár százezer forintos tételeknél, illetve az élet olyan meghatározó kérdéseinél, mint a továbbtanulás, a házasság, az ingatlanvásárlás vagy a hitelfelvétel a fiatalok nagy többsége (95%) megfontoltan tervez döntést hozni.

A megkérdezettek úgy vélik, hogy az utazással, valamint a ruházattal és divattal kapcsolatos preferenciáik elsősorban érzelmi alapúak: háromnegyedük nyilatkozott úgy, hogy teljesen vagy inkább az érzelmeire hagyatkozik az ezekre vonatkozó döntési helyzetben. Az élelmiszertermékek vásárlásakor egyaránt szerepet kap a racionalitás és az emocionális benyomások, míg háztartási cikkek esetében inkább a racionalitás

dominál. A megkérdezettek leginkább gépjármű (62%), illetve szórakoztató elektronikai termék (56%) beszerzésénél hozzák meg racionális alapon vásárlási döntéseiket.

További információ:

Varga Dóra

+36 1 920 1817

+36 30 857 8179

dvarga@noguchi.hu

A Budapesti Metropolitan Egyetemről

A Budapesti Metropolitan Egyetem (METU) Magyarország legnagyobb magánkézben lévő felsőoktatási intézménye. A METU-n 2 karon, 4 fő képzési területen folyik képzés: kommunikáció, üzlet, turizmus és művészet. A folyamatosan bővülő magyar és angol nyelvű kínálatban jelenleg 33 alapszak, 25 mesterszak, 20 szakirányú továbbképzés és 7 felsőoktatási szakképzés közül választhatnak az egyetem iránt érdeklődők. A Metropolitannek jelenleg közel 7500 hallgatója van, akik 2011-től már nemcsak a fővárosban, hanem Hódmezővásárhelyen is folytathatják tanulmányaikat. Az intézmény 2001 óta meghatározó és dinamikusan fejlődő szereplője a hazai felsőoktatásnak. Képességfejlesztő tréningrendszere egyedülálló. A METU jelenleg közel 200 külföldi intézménnyel tart fenn partnerkapcsolatot.