

les Milléniaux, les COMPRENDRE et LES SÉDUIRE!

Mise en contexte

La génération des milléniaux compte presque en nombre presque autant de gens que les boomers. Nés entre 1982 et 2004, ils sont jeunes, dynamiques, et veulent changer le monde! Ils sont dotés d'un pouvoir d'achat grandissant et développent petit à petit leurs préférences pour les marques. ET, ils sont connectés! Leurs valeurs sont fortes et bien différentes de celles des générations qui les ont précédés. Nous devons donc nous questionner sur les façons de les aborder, et trouver des moyens efficaces pour les séduire.

Les milléniaux : qui sont-ils?

• Une génération connectée:

Google a été fondé en 1998, Facebook en 2004, l'iPhone en 2007 et Snapchat en 2011. On pourrait donc en déduire que c'est le confort avec la technologie qui distingue les milléniaux. De ce fait, ils sont mieux outillés pour partager leur point de vue sur un produit et créer du bouche-à-oreille.

• À la recherche d'expériences extraordinaires:

L'expérience client est plus importante que jamais! Les consommateurs veulent un service personnalisé qui leur fera vivre une expérience de magasinage unique! La majorité des milléniaux achèteront plus si on leur présente une offre ciblée et significative qu'ils s'empresseront de partager sur les médias sociaux.

• Un important pouvoir de consommation:

Très actifs sur les médias sociaux, les milléniaux créent des tendances qui influencent les habitudes

de consommation. Ils sont prêts à dépenser davantage pour suivre ces tendances et avoir une expérience à partager.

• Accent sur la santé et le bien-être:

La santé et le bien-être sont au cœur des préoccupations des milléniaux. Ils veulent manger sainement, adopter un style de vie actif et prendre soin d'eux. L'alimentation « naturelle » et l'activité physique gagnent en popularité auprès de cette génération.

• Une génération responsable:

À la recherche d'un futur plus VERT et plus propre, les milléniaux sont sensibilisés à leur impact environnemental. Ils veulent recycler et réutiliser, ils font du compostage et recherchent des façons d'être et des produits plus durables.

Agriculture, Pêcheries
et Alimentation

Québec



TABLE FILIÈRE
DE L'HORTICULTURE
ORNEMENTALE

Objectifs

Comme ils représentent une clientèle de choix et grandissante, l'industrie horticole doit s'outiller pour séduire cette génération. Voici 10 idées « clés en main » que pourront mettre en place les jardinerie québécoises.