

A diverse group of five young adults (three men and two women) are smiling and posing for a photo in an urban setting. The group includes a blonde woman on the left, a blonde man at the top, a young Asian woman in the center, a Black man wearing a fedora, and a man with dark hair on the right. They are all smiling and looking towards the camera. The background shows a city skyline with buildings and a red traffic light.

STARSKY

**Connecteer met Gen Z
in Slechts 3 Stappen**



Is dit e-boek voor jou?

Bereik jij

Gen Z via kanalen die ze elke dag gebruiken?

Engageer jij

met Gen Z waar en wanneer ze actief zijn?

Vind jij

de juiste woorden om Gen Z aan te spreken?

Worstel jij

om door hun ad-blockers te geraken?

Creëer jij

op maat gemaakte ervaringen voor Gen Z?

Ben jij bezorgd

over veiligheid, auteursrecht of privacy op TikTok?

Inhoud



1. Begrijp Gen Z beter:
 - wie ze zijn
 - hoe ze zich gedragen
 - welke impact ze hebben op jouw merk

2. Vind nieuwe kanalen om te connecteren met Gen Z:
 - op een manier die hen aanspreekt
 - via innovatieve kanalen:
 - om jouw bereik te vergroten
 - om online en offline te mixen

En wat met TikTok?

- 'het' juiste platform om met Gen Z te interageren
- maar er blijven zorgen over veiligheid, auteursrecht en privacy.

Klantenverhalen

MAGNUM - ICI PARIS XL - LIPTON

3. Contacteer ons

Inhoud



1. Begrijp Gen Z beter:

- wie ze zijn
- hoe ze zich gedragen
- welke impact ze hebben op jouw merk

2. Vind nieuwe kanalen om te connecteren met Gen Z:

- op een manier die hen aanspreekt
- via innovatieve kanalen:
 - om jouw bereik te vergroten
 - om online en offline te mixen

Enkele gedachten over TikTok

- het juiste platform om met Gen Z te interageren
- maar er blijven zorgen over veiligheid, auteursrecht en privacy.

Klantenverhalen

MAGNUM - ICI PARIS XL - LIPTON

3. Contacteer ons

Wie ze zijn

Generatie Z, of Gen Z, wordt omschreven als jongeren die geboren zijn tussen 1997 en 2012.

De belangrijkste onderscheidende factor is dat zij de eerste generatie zijn die opgroeide met het internet, sociale netwerken en smartphones, wat hun interactie met hun omgeving heeft beïnvloed.

Gen Zers **interageren in communities** met gezamenlijke interesses op verschillende kanalen.

Ze besteden meer dan 4u per dag op verschillende apparaten. Daarnaast controleren en verifiëren ze verschillende kanalen tegelijk naar informatie.

Ze gebruiken **ad blockers** en **negeren de traditionele media**.

Ze **mixen virtuele en offline** ervaringen.



Gen Z zal binnenkort de grootste koopkracht hebben

Hoe gedragen ze zich (*)

DE VERANDERING VAN 'BEZITTINGEN' NAAR 'TOEGANKELIJKHEID'

Gen Z hoeft niet per se producten of diensten te bezitten: toegang ertoe hebben kan genoeg zijn.

HET UITDRUKKEN VAN DE INDIVIDUELE IDENTITEIT

Gen Z zijn bereid meer te betalen:

- voor gepersonaliseerde aanbiedingen
- aan merken die hun waarden omarmen

CONSUMPTIE GEKOPPELD AAN ETHIEK

Gen Z's zoektocht naar de waarheid staat centraal in hun gedrag en 70% koopt het liefst bij merken die zij als ethisch beschouwen.



Gen Zers gedragen ze zich helemaal anders

*** Bovenstaande informatie komt uit een McKinsey publicatie over Gen Z**

Implicaties voor jouw merk

**Gen Zers verwachten dat merken
rechtstreeks met hen communiceren
op een manier die hen aanspreekt**

Dus:

- ☑ Maak verbinding met 'like-minded' Communities - niet met een groep als geheel.
- ☑ Creëer kanalen met ervaringen die Gen Zers verbinden met jouw merk.
- ☑ Kies het juiste marketing agentschap dat jouw merk het best vertegenwoordigd.



Gen Zers gaan anders met elkaar om

Inhoud



1. Begrijp Gen Z beter:
 - wie ze zijn
 - hoe ze zich gedragen
 - welke impact ze hebben op jouw merk

2. Vind nieuwe kanalen om te connecteren met Gen Z:
 - op een manier die hen aanspreekt
 - via innovatieve kanalen:
 - om jouw bereik te vergroten
 - om online en offline te mixen

Enkele gedachten over TikTok

- het juiste platform om met Gen Z te interageren
- maar er blijven zorgen over veiligheid, auteursrecht en privacy.

Klantenverhalen

MAGNUM - ICI PARIS XL - LIPTON

3. Contacteer ons

STARSKY: onze missie



**Wij maken het mogelijk
voor merken**

**om te communiceren
en connecteren**

met Gen Z

**op een manier die
hén aanspreekt**

**via een combinatie van
innovatieve kanalen.**



STARSKY: hoe wij het aanpakken



**Wij brengen squads
van celebrities samen**

**die connecteren
en interageren**

in hun eigen stijl

**met 10+ miljoen
fans in België**

**door een combinatie
van innovatieve kanalen.**



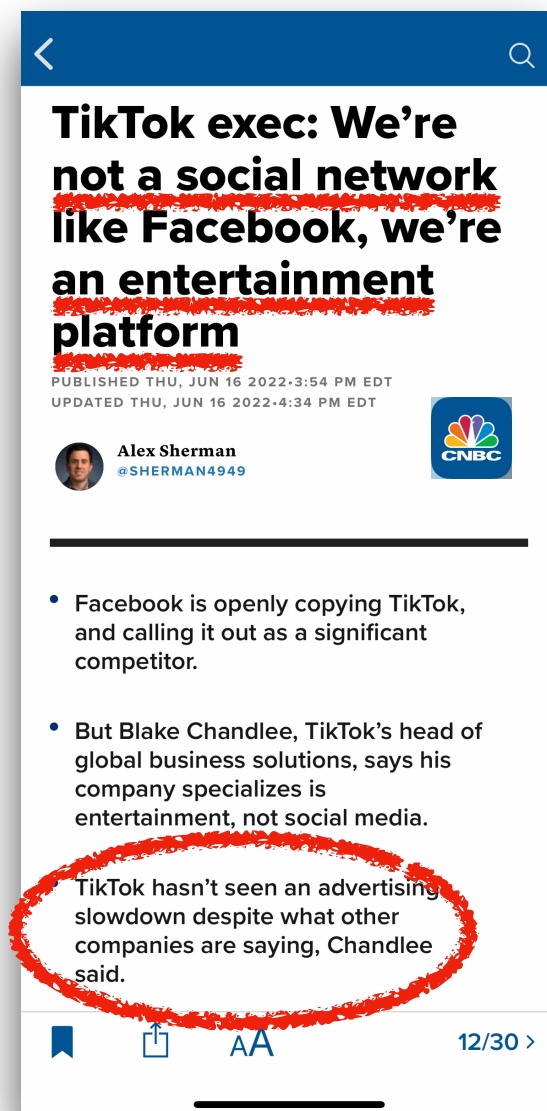
Enkele gedachten over TikTok

TikTok - 'het' platform bij uitstek

TikTok is nu hét platform geworden om met Gen Zers te interageren.

De bezorgdheid blijft

Merken blijven bezorgd over veiligheid, auteursrecht en privacy alsook gegevensverwerking.



Wij helpen merken
veilig zichtbaar te zijn
op TikTok
via celebrity posts
en hun
notificatie kracht.

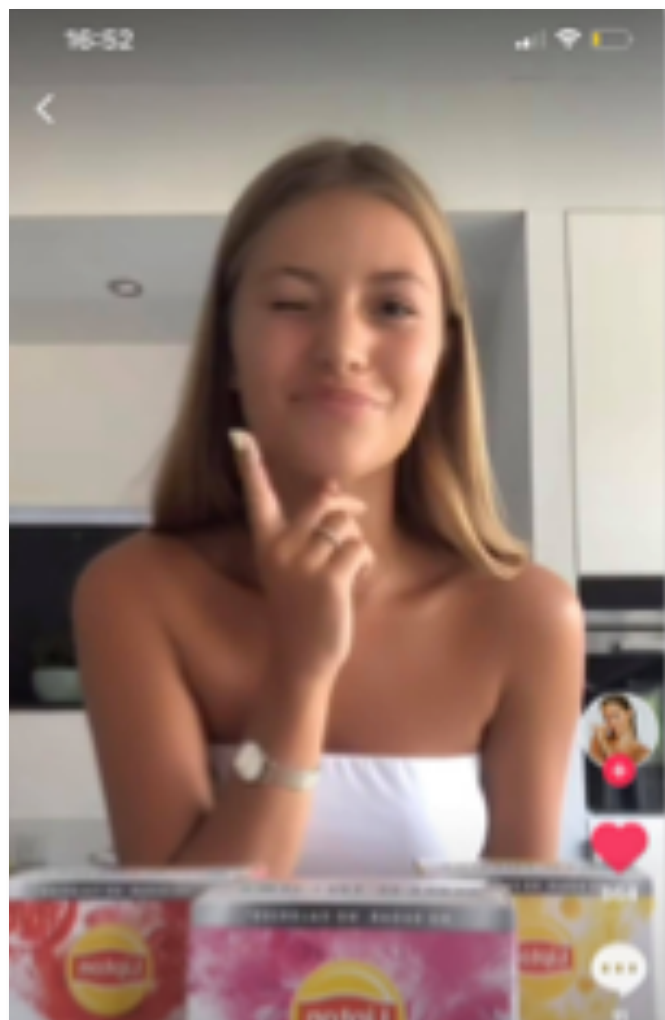


Klantenverhalen

Hier zijn enkele visuals en openbare beelden van campagnes geleverd voor MAGNUM, ICI PARIS XL en LIPTON. De screenshots zijn voorbeelden van hoe onze squads connecteren met hun 10+ miljoen fans.

**Onze squads
kunnen op
veel verschillende
manieren
interageren
in communities.**

**Zij omzeilen ad-blockers
via hun celebrity posts
en bijkomende
notificatie kracht.**





Online & Offline

Gen Zers combineren graag virtuele en offline ervaringen. Zij zijn van mening dat online en offline samenvloeien. Omni-channel is cruciaal voor Gen Zers die altijd en overal toegang willen.

Ons platform beschikt over fysieke ruimtes om merk-evenementen te hosten waar celebrities en fans ook offline interageren.

Find
Reach
Engage
Interact
Create
Communicate
Connect
Online
Offline



Ik hoop dat je van dit e-boek
genoten hebt.

Met mijn team komen we
graag bij u langs om te
bekijken hoe we uw merk
beter kunnen connecteren
met Gen Z.

Tot snel!



Kristiaan Cloots

- Founder & CEO



3. Contacteer ons

Boost your connection
with Gen Z right now.

kristiaan@starsky.be

+32 474 45 94 60

