

¿cómo
vender
a cada
generación?

BABY BOOMERS

56-80 años



1940



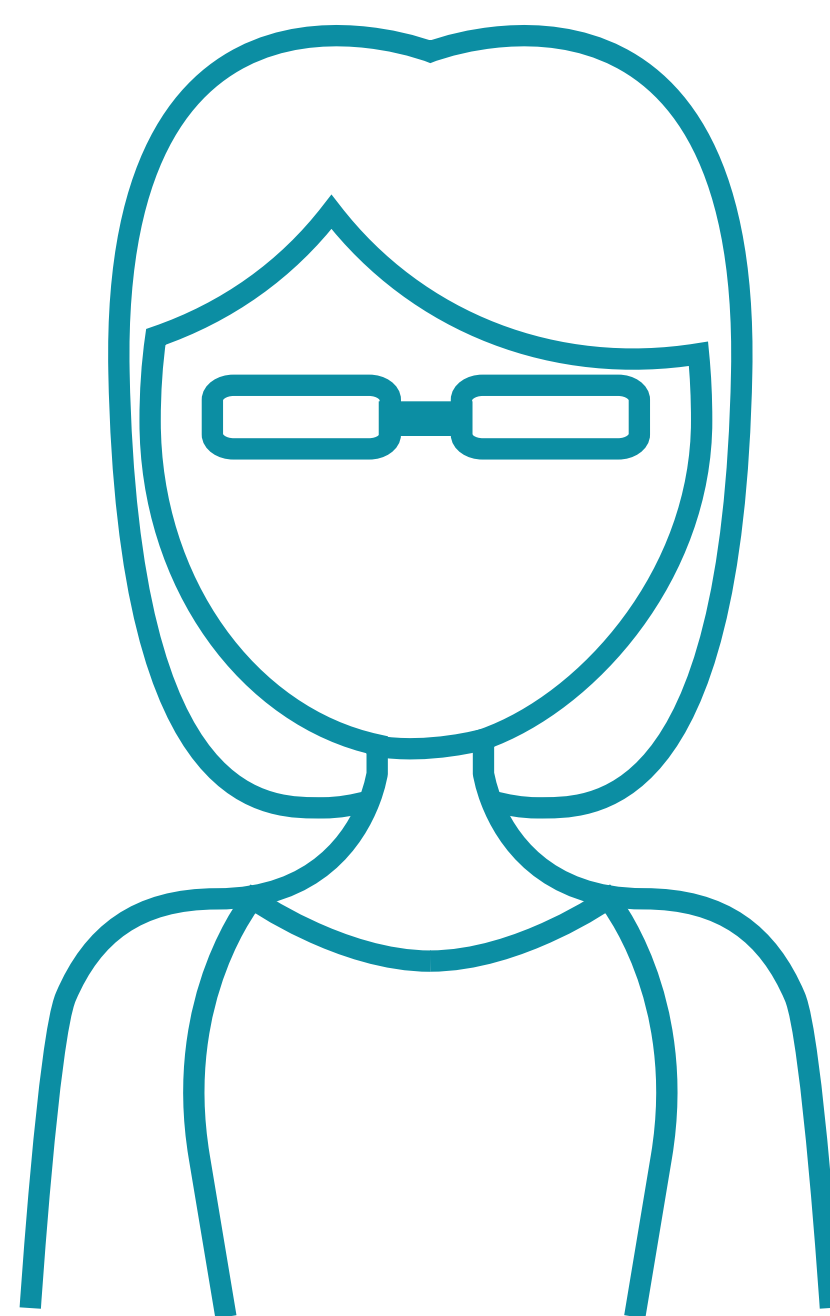
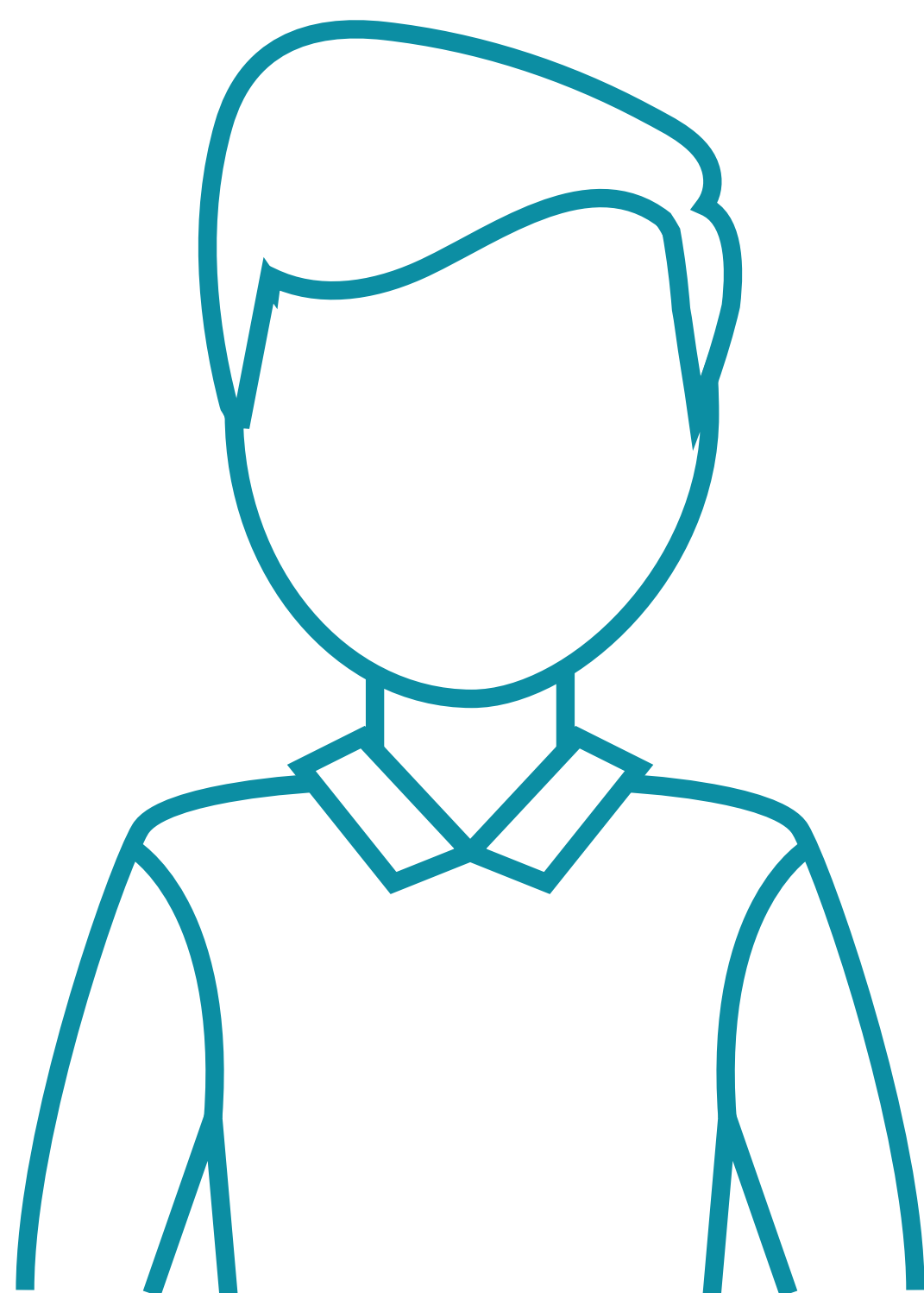
1964

**CONCEPTO
DE ÉXITO:**

Estabilidad

NECESIDADES:

Contundencia,
ideología, seguridad
y experiencia



XERS

40-55 años



1965



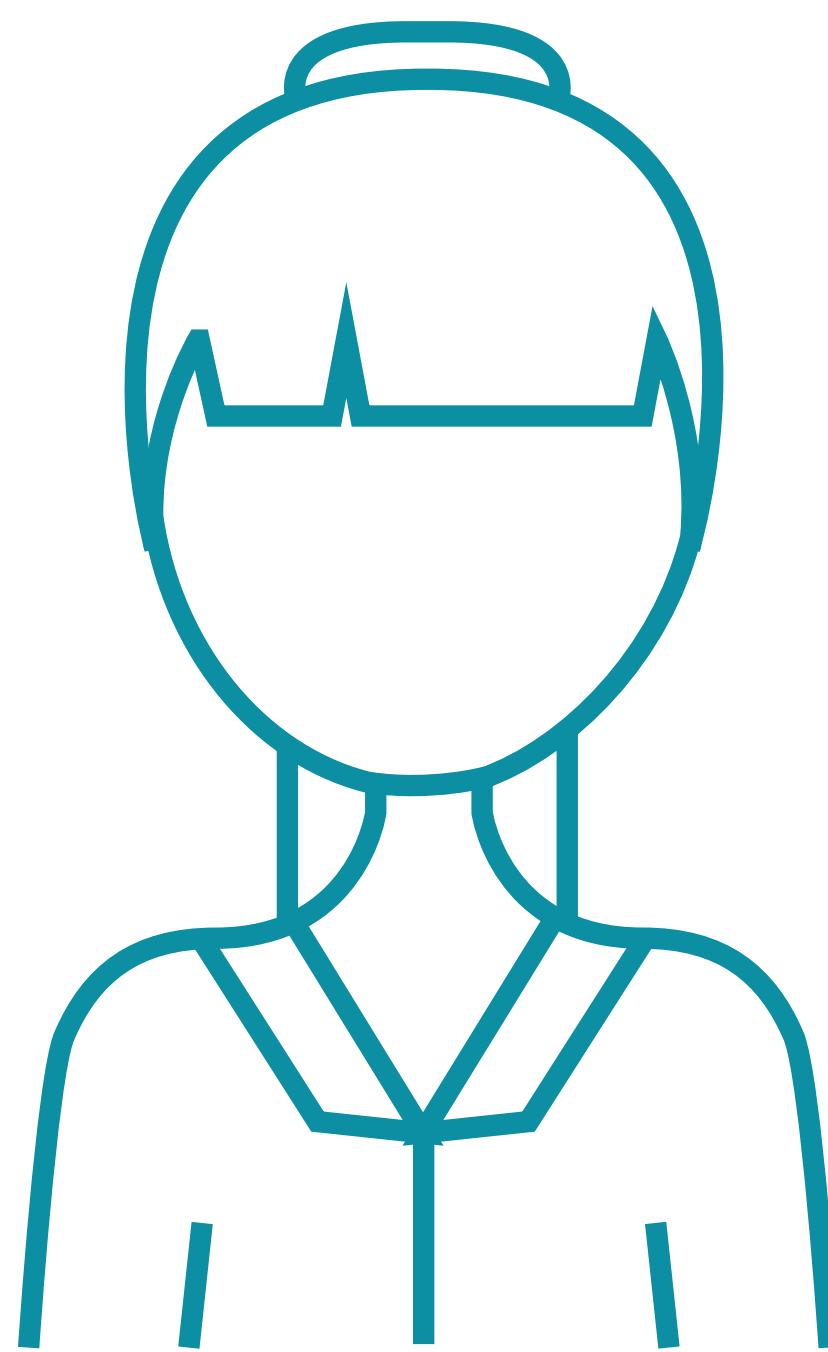
1980

CONCEPTO DE ÉXITO:

Competitividad

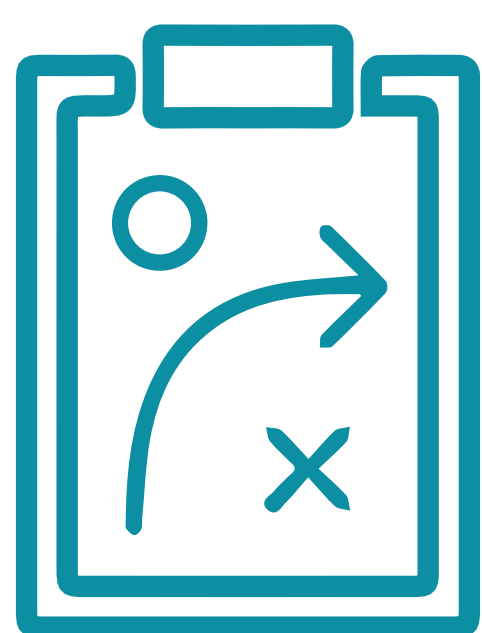
NECESIDADES:

Claridad, beneficios,
presición, realidad
y estrategia



XENNIALS

33-39 años



1981



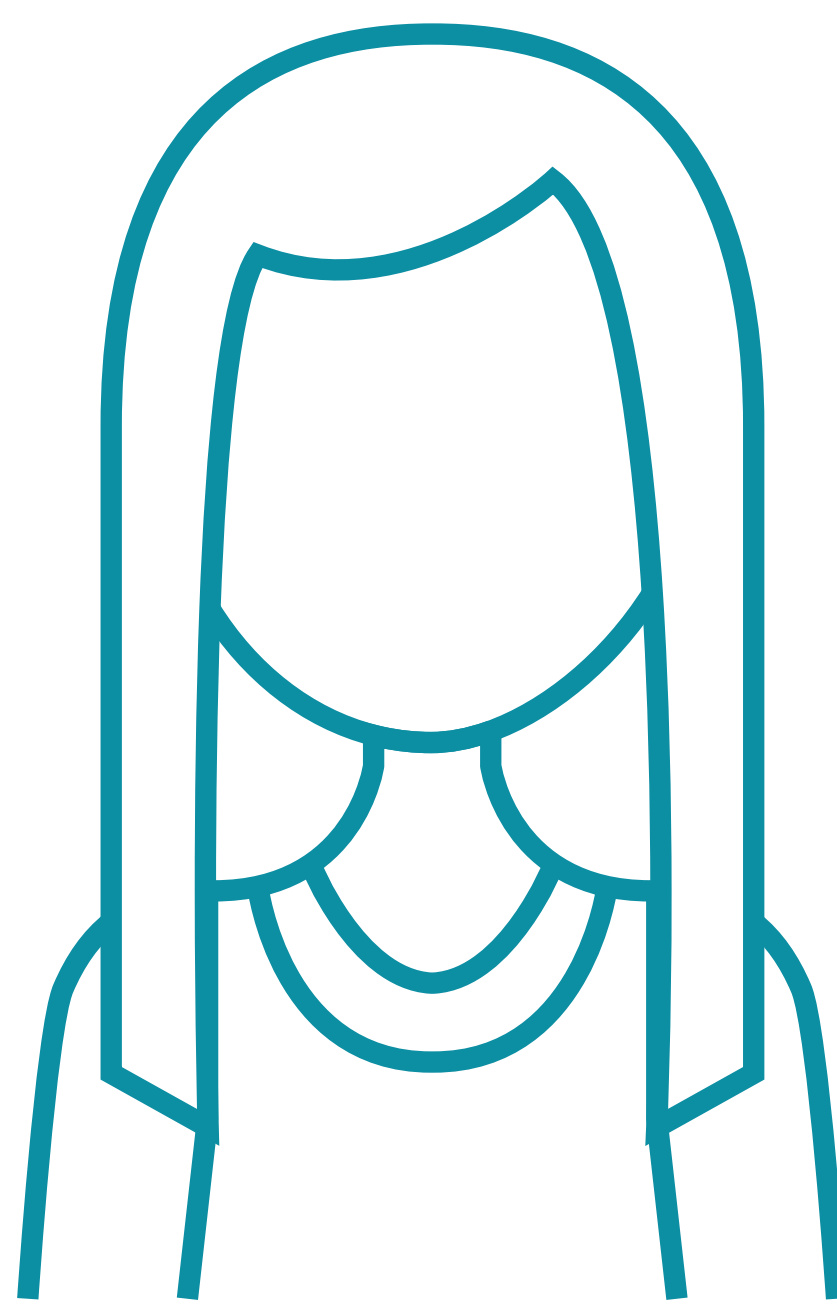
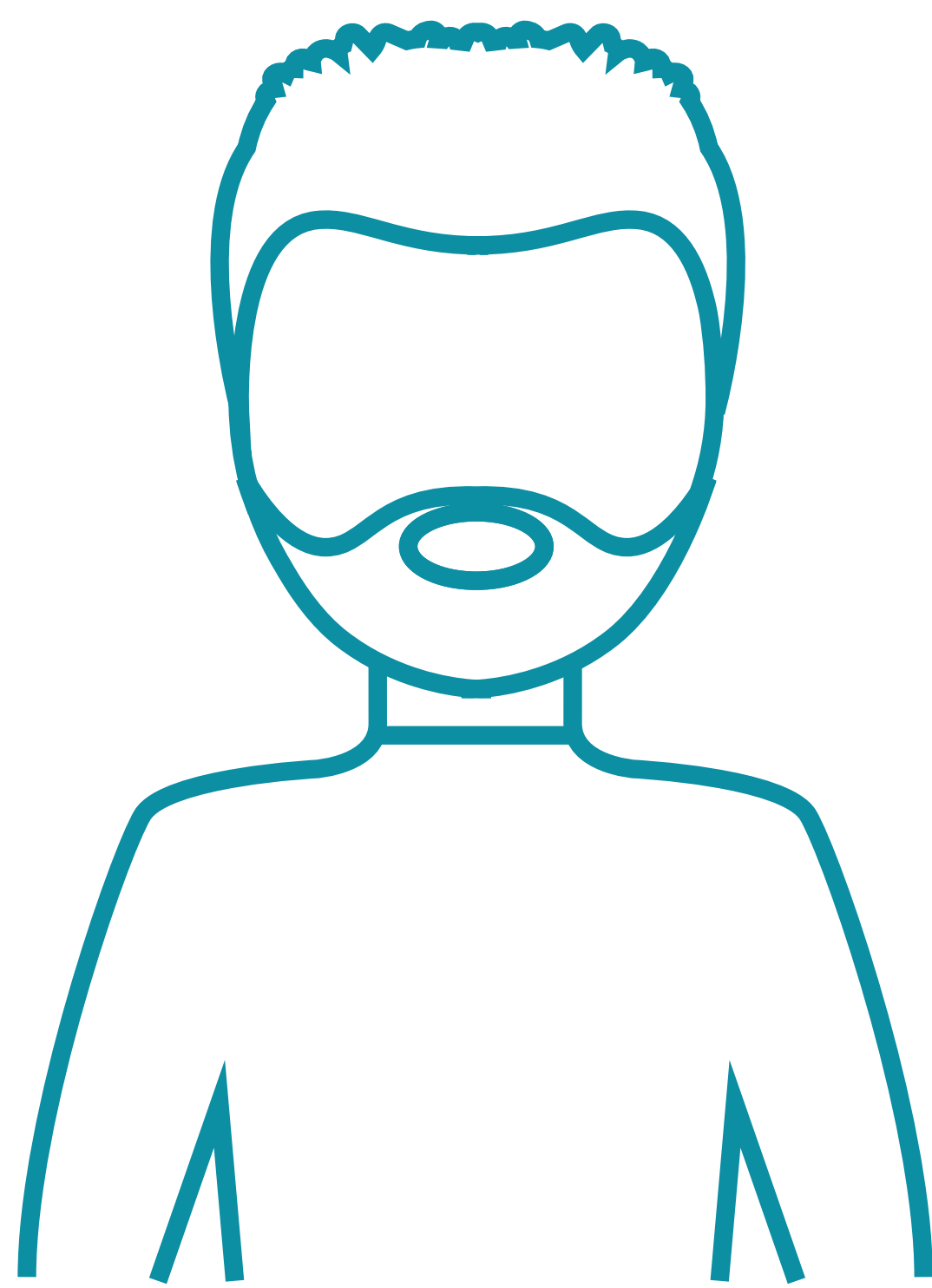
1987

CONCEPTO DE ÉXITO:

Desarrollo personal
y profesional

NECESIDADES:

Trato personal,
planeación, solución
inmediata y asesoría



MILLENNIALS

26-32 años



1988



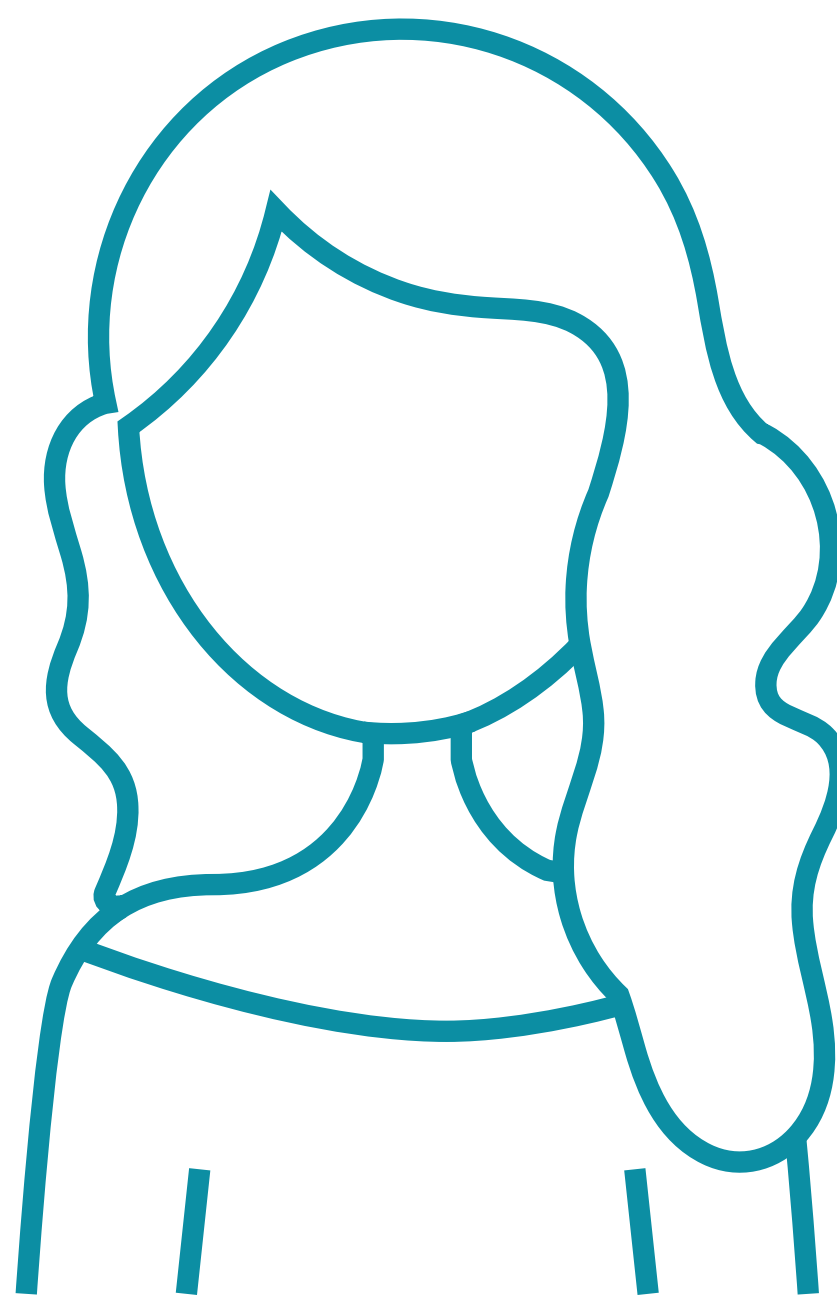
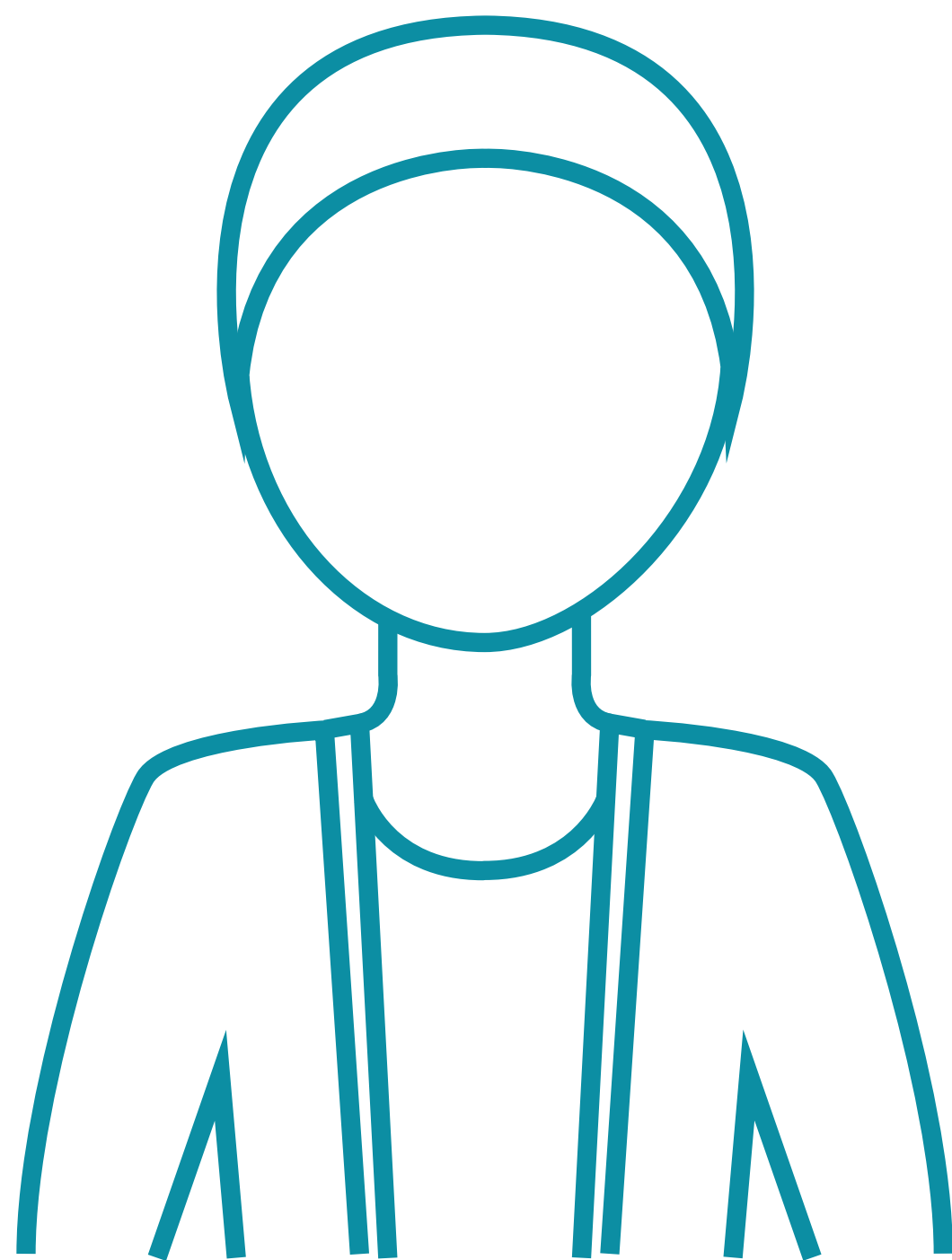
1994

CONCEPTO DE ÉXITO:

Equilibrio personal
y profesional

NECESIDADES:

Practicidad, vida
social, facilidad
y feedback



CENTENNIALS

15-25 años



1995



2005

**CONCEPTO
DE ÉXITO:**

Placer

NECESIDADES:

Medio ambiente,
sociedad, inmediatez
y diversión

