



ΟΤΑΝ ΜΕΓΑΛΩΣΩ...

Χριστίνα Φωτεινοπούλου
Senior Digital Consultant
Ascend.gr

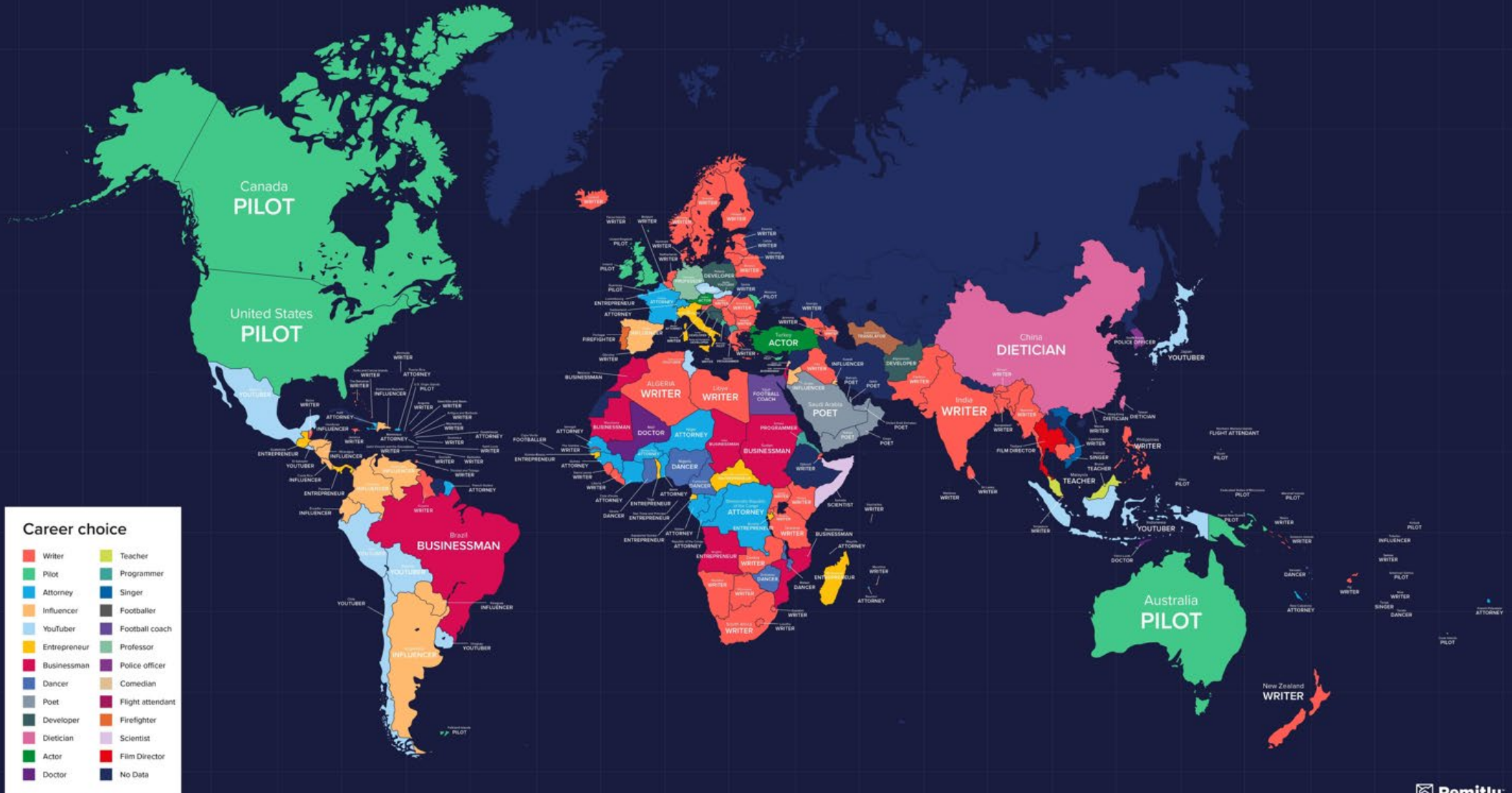
**ΘΕΛΩ ΝΑ
ΓΙΝΩ ΤΙΚ
ΤΟΚΕΡ**

ΕΣΕΙΣ ΤΙ ΘΕΛΑΤΕ ΝΑ ΓΙΝΑΤΕ ΜΙΚΡΟΙ;



Dream Jobs Around The World

The career each country desires the most, according to Google search data





OCT. 2021 - OCT. 2022

5

- Ο κόσμος googlαρε «πώς να γίνω πιλότος" περισσότερο από κάθε άλλη δουλειά.
- Στην Κίνα οι περισσότεροι πολίτες θέλουν να γίνουν διατροφολόγοι.
- Στην Ελλάδα όπως και σε πολλές άλλες χώρες ψάχνουν πώς να γίνουν συγγραφείς.
- Άλλες κορυφαίες αναζητήσεις είναι οι χορευτές, επιχειρηματίες και YouTubers.

TOP 10 ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΑ

1. Πιλότος
2. Συγγραφέας
3. Χορευτής/τρια
4. YouTuber
5. Επιχειρηματίας
6. Ηθοποιός
7. Influencer
8. Προγραμματιστής
9. Τραγουδιστής
10. Δάσκαλος

YOU TUBER ΚΑΙ INFLUENCER???

Professions of the future

I plan to get a job
after school



69.21%

I plan to go to college
after school



55.05%

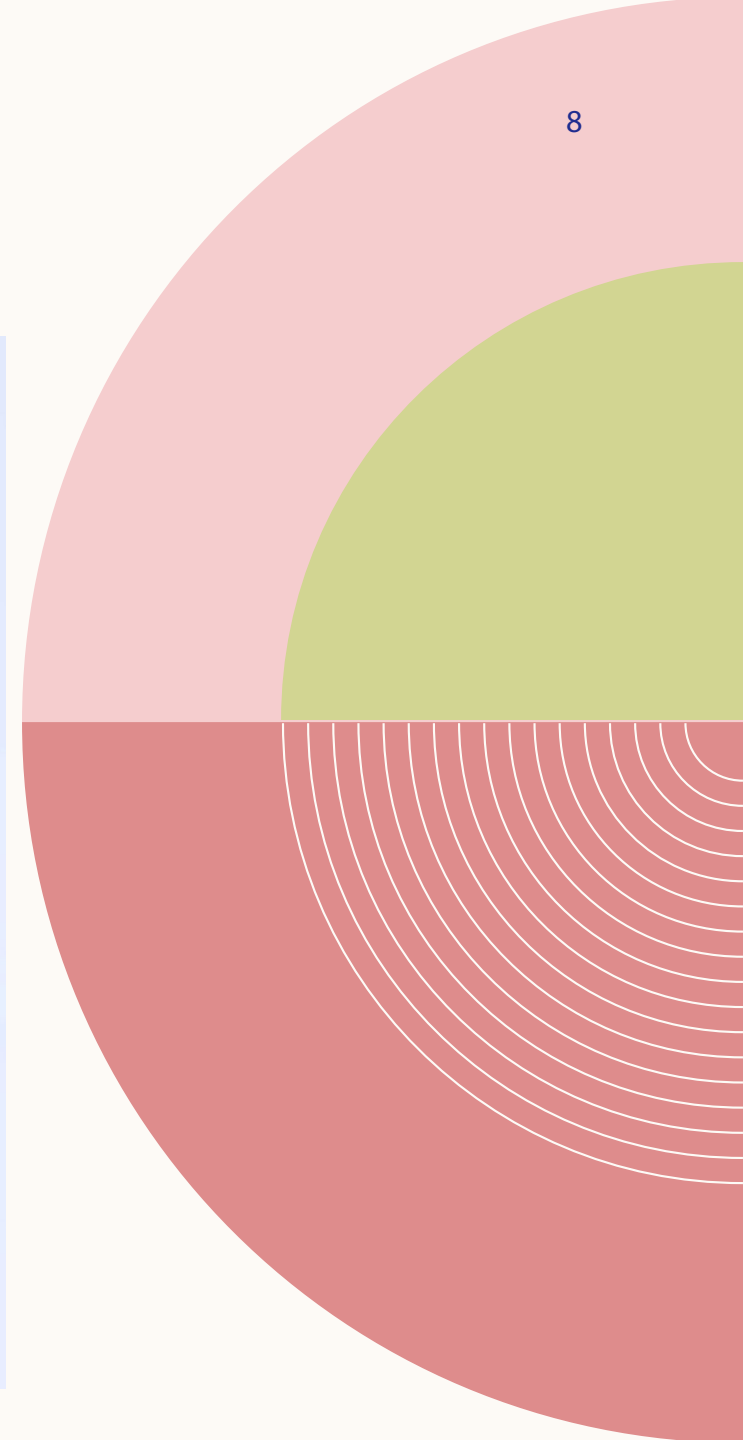
I plan to become a
social media
influencer



27.33%

Όταν μεγαλώσω θέλω να γίνω Tik Toker

ΓΙΑΤΙ;



MCKINSEY & COMPANY



Baby boomer
1940–59



Gen X
1960–79



Gen Y (millennial)
1980–94



Gen Z
1995–2010

Context

- Postwar
- Dictatorship and repression in Brazil

- Political transition
- Capitalism and meritocracy dominate

- Globalization
- Economic stability
- Emergence of internet

- Mobility and multiple realities
- Social networks
- Digital natives

Behavior

- Idealism
- Revolutionary
- Collectivist

- Materialistic
- Competitive
- Individualistic

- Globalist
- Questioning
- Oriented to self

- Undefined ID
- “Communaholic”
- “Dialoguer”
- Realistic

Consumption

- Ideology
- Vinyl and movies

- Status
- Brands and cars
- Luxury articles

- Experience
- Festivals and travel
- Flagships

- Uniqueness
- Unlimited
- Ethical

Gen Z /«True Gen»

- Κινητοποιούνται για ποικίλους λόγους.
- Πιστεύουν βαθιά στην αποτελεσματικότητα του διαλόγου για την επίλυση συγκρούσεων και τη βελτίωση του κόσμου.
- Λαμβάνουν αποφάσεις και σχετίζονται με ιδρύματα με άκρως αναλυτικό και ρεαλιστικό τρόπο.

The search for the truth is at the root of all Generation Z's behavior.

'Undefined ID'
"Don't define yourself
in only one way"



Expressing
individual **truth**

'Communaholic'
"Be radically
inclusive"



Connecting through
different **truths**

'Dialoguer'
"Have fewer confrontations
and more dialogue"



Understanding
different **truths**

Realistic
"Live life
pragmatically"

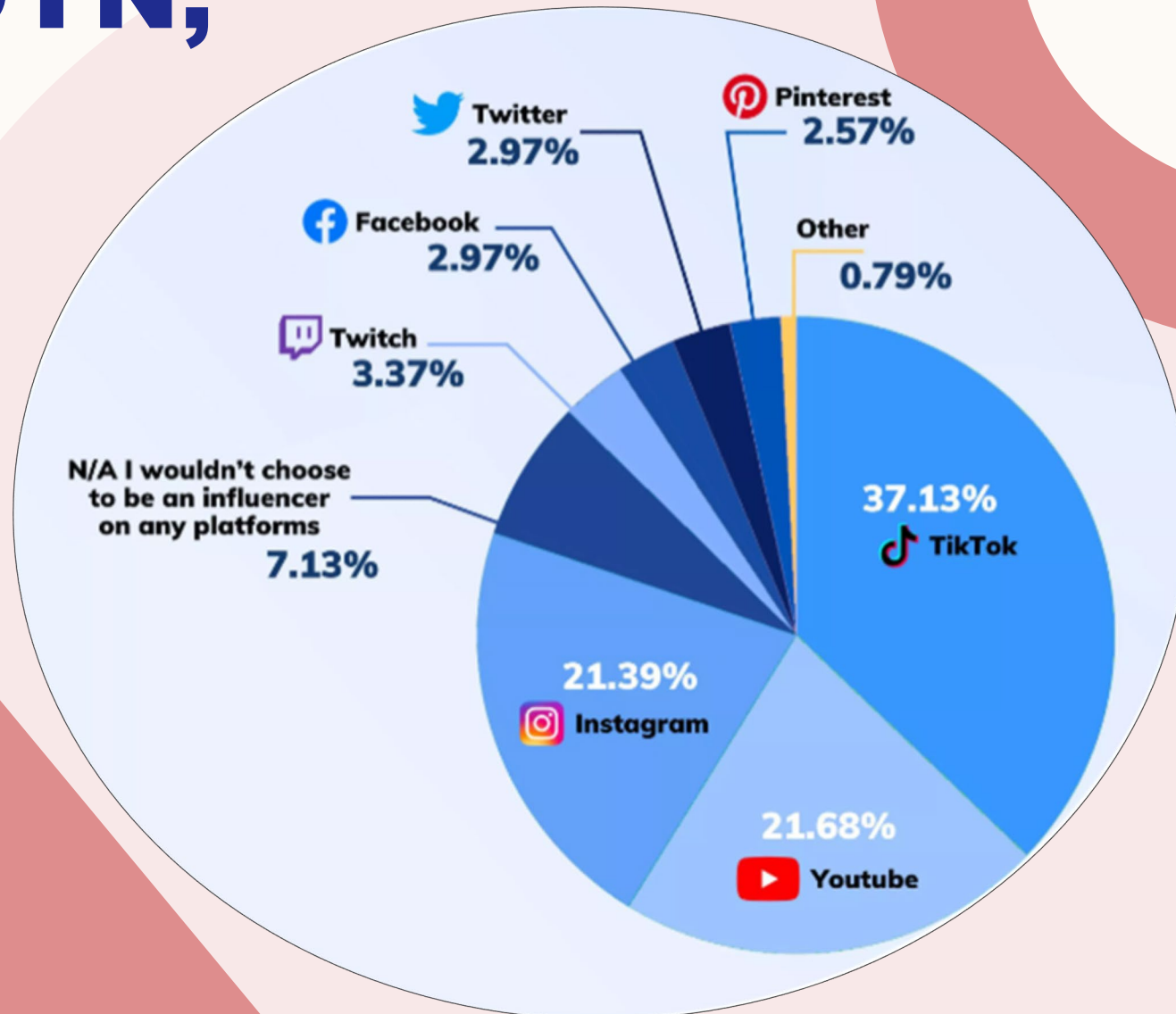


Unveiling the **truth**
behind all things

Millennials, / «η γενιά μου»

- Ξεκίνησε σε μια εποχή οικονομικής ευημερίας και εστιάζει στον εαυτό της.
- Τα μέλη της είναι πιο ιδεαλιστές, πιο συγκρουσιακοί και λιγότερο πρόθυμοι να δεχτούν διαφορετικές απόψεις.

GEN Z ΠΟΙΟ SOCIAL ΛΟΙΠΟΝ ΠΡΟΤΙΜΟΥΝ;



GEN Z ΑΓΑΠΗΜΕΝΟΙ INFLUENCERS



Charli D'Amelio
193,900,000



James Charles
59,400,000



MR BEAST
60,600,000



Emma Chamberlain
15,900,000



Markiplier
16,200,000



Addison Rae
128,600,000



Kim Kardashian
331,000,000



CoryxKenshin
6,600,000



Jake Paul
36,900,000



Kylie Jenner
408,100,000

Όταν μεγαλώσω θέλω να γίνω Tik Toker

13

ΠΟΙΟΙ ΕΙΝΑΙ ΟΛΟΙ ΑΥΤΟΙ;



charlidamelio ✓

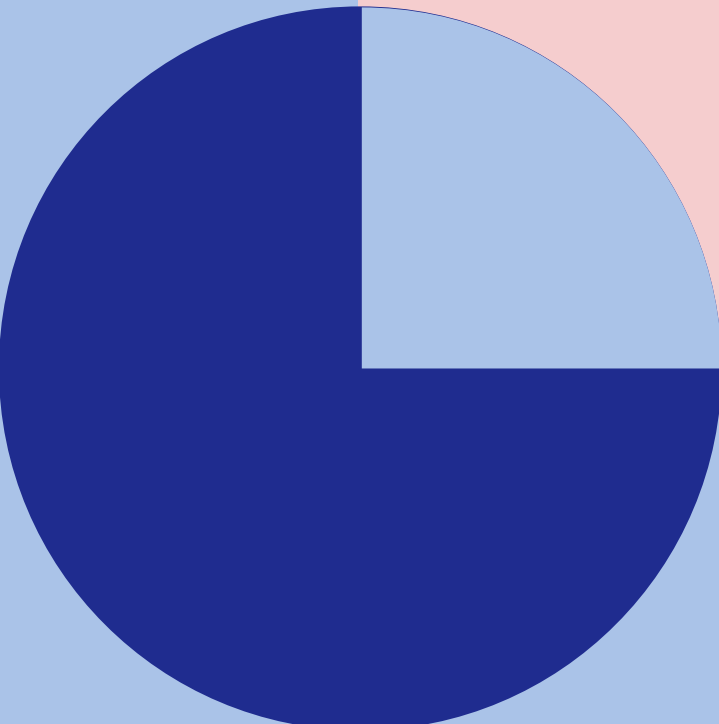
charli d'amelio

Follow

1291 Following 151.6M Followers 11.5B Likes

dwts vlog below :)

youtu.be/hP6KGX5SPJg



ΚΑΙ ΤΩΡΑ ΤΙ;

21,2 δισεκατομμύρια δολάρια

- Ο κλάδος του Influencer Marketing αναμένεται να φτάσει τα 21,2 δισεκατομμύρια δολάρια παγκοσμίως το 2023.
- Είχε αξία μόλις 1,7 δισεκατομμύρια δολάρια το 2016.
- Έφτασε τα 16,4 δισεκατομμύρια δολάρια το 2022
- Ακόμα και στην Ελλάδα η κυβέρνηση προχωράει σε φορολογικούς ελέγχους στους Influencers

ΔΥΟ ΘΕΜΑΤΑ:

“ EVERYBODY WANTS TO BE AN INFLUENCER BUT NOBODY WANTS TO BE INFLUENCED. ”



- 1. Η ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΜΕΓΑΛΩΝΕΙ ΔΥΣΑΝΑΛΟΓΑ ΜΕ ΤΗΝ ΖΗΤΗΣΗ**
- 2. ΓΙΑ ΠΟΣΟ ΑΚΟΜΑ ΘΑ ΕΧΟΥΝ ΤΟΣΗ ΔΥΝΑΜΗ ΟΙ INFLUENCERS;**

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΙΚΑ

- **ΝΙΩΣΤΕ ΚΑΙ ΑΚΟΛΟΥΘΗΣΤΕ ΤΟ ΚΟΙΝΟ ΣΑΣ. ΜΗΝ ΑΠΟΡΡΙΠΤΕΤΕ ΤΟ ΤΙΚ ΤΟΚ ΩΣ ΚΑΤΙ ΕΦΗΜΕΡΟ ΚΑΙ ΝΕΑΝΙΚΟ.**
- **Η ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΤΩΝ ΤΙΚ ΤΟΚΕΡΣ ΘΑ ΜΕΓΑΛΩΝΕΙ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΑ, ΕΠΙΛΕΞΤΕ ΠΡΟΣΕΚΤΙΚΑ ΜΕ ΠΟΙΟΥΣ ΘΑ ΣΥΝΕΡΓΑΣΤΕΙΤΕ.**
- **ΟΤΑΝ ΚΙ ΕΓΩ ΜΕΓΑΛΩΣΩ ΘΕΛΩ ΝΑ ΓΙΝΩ ΤΙΚ ΤΟΚΕΡ.**

ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ

Χριστίνα Φωτεινοπούλου
Senior Digital Consultant
info@ascend.gr
www.ascend.gr