

Un mercado sin explorar:

¿Por qué deberías probar campañas de marketing en mayores de 60 años?

En el 2050 la población de América Latina y el Caribe alcanzará los

193M

de personas mayores de 60 años (generación Baby Boomer)

9 de 10

Baby Boomers chilenos están conectados a Internet a través de un teléfono móvil

Representan una audiencia digital

3.6M



Y solo 1 de cada 10 campañas están dirigidas a Baby Boomers (DATA Global)

los Boomers no se sienten identificados con la publicidad, 3X más que Gen Z

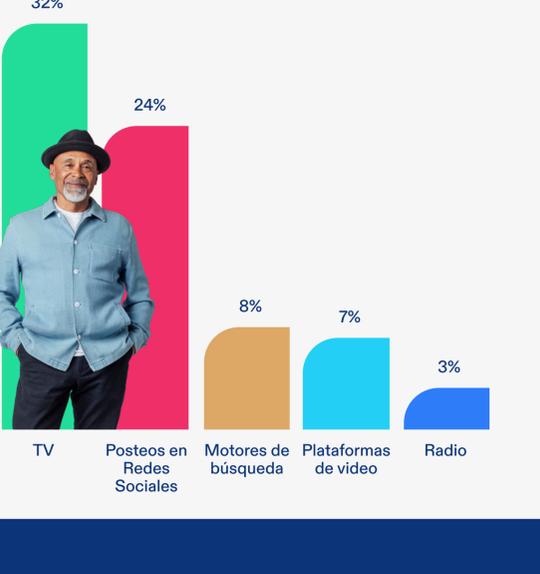
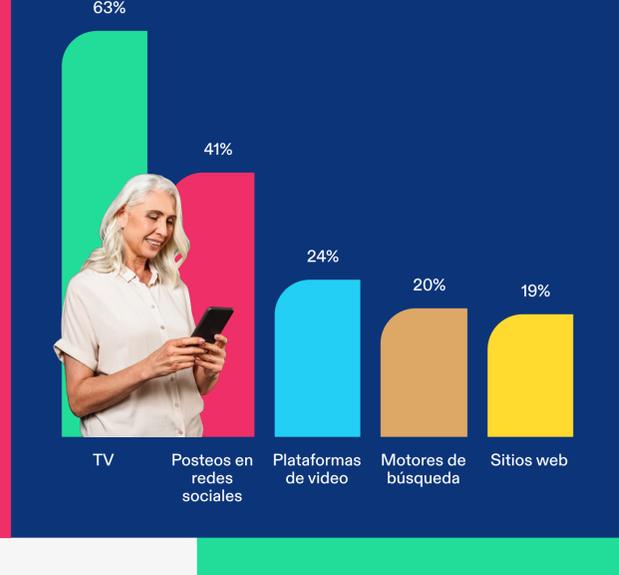
Los medios digitales son los más consumidos

Redes Sociales	99%	+14 p.p. que TV
TV	87%	
Plataformas de video	86%	
Motores de búsqueda	84%	
Plataformas de Streaming	65%	
Music Streaming	55%	+22 p.p. que Radio
Radio	45%	
Prensa o revistas	45%	
Juegos en apps de teléfono o tablet	38%	



Además, impulsan la consideración de productos/servicios en el embudo de marketing

Los medios digitales tienen una influencia comparable a la televisión en esta generación.



También tienen una gran influencia en la decisión de compra

Los medios digitales pueden impactar en todo el embudo, al nivel de la televisión, el medio favorito de los especialistas en marketing para conectar con los Baby Boomers.

Con las plataformas Aleph, puedes alcanzar al

89%

de los Baby Boomers en Chile



No es solo influencia. El **45%** de los Baby Boomers hacen, al menos, la mitad de sus compras de **modo online**.

Mostrando un creciente interés en las temporadas de descuentos

Además, los +60 están preparados para este tipo de compras

5 Claves para Conectar con los Baby Boomers

- Rompe los estereotipos:** Los +60 son activos, tecnológicos y buscan nuevas experiencias. Reconoce su capacidad e intereses.
- Actualiza la perspectiva:** Los Boomers no son pasivos, están muy conectados. Adapta tus estrategias a su perfil digital.
- Unifica el enfoque:** Para conectar con ellos, los equipos de producto, estrategia y creatividad deben colaborar.
- Sé auténtico y respetuoso:** Evita el lenguaje condescendiente. Refleja sus valores y estilo de vida moderno.
- Enfócate en nuevas necesidades:** Los +60 buscan más que productos para su edad. Muestra cómo tus productos mejoran su vida y ofrecen nuevas experiencias.