

**Na Internet nigdy nie będzie za późno**

**Sieć powoli przestaje być dla seniorów przestrzenią nie do zdobycia. Jeszcze jakiś czas temu powszechne było niemal całkowite wykluczenie ludzi starszych z życia online. Dziś coraz więcej osób w wieku 55+ uczy się korzystać z Internetu, czerpiąc z niego wiele korzyści i przyjemności. Badania potwierdzają, że seniorzy z roku na rok stale rosną w siłę w wirtualnym świecie.**

Wzrost zaangażowania osób starszych w wirtualne życie jest wolny, ale konsekwentny. Jeszcze w maju 2016, wg danych Gemius/Polskie Badanie Internetu odsetek starszych osób używających sieci wynosił 15,3% (3,9 mln osób spośród 25,2 mln ogółu przebadanych użytkowników Internetu w wieku 7-75 lat). Natomiast na koniec 2018 roku, udział internautów 55+ jako odbiorców, wzrósł o 3,2 p.p. i wynosił 18,5% (5,2 mln spośród 28 mln użytkowników w przedziale wiekowym 7-75 lat). Seniorzy przestali być niedostrzegalną grupą – zarówno dla pozostałych osób korzystających z sieci, jak i dla marketerów. Ponad to, ludzie starsi coraz częściej są aktywni w kanałach, które kiedyś były dla nich całkowicie obce i niedostępne. Według badań CBOS już 39% użytkowników w wieku 55-64 lat korzystających z Internetu, posiada konto w social mediach. Rośnie również świadomość starszych użytkowników oraz ich znajomość narzędzi takich jak np. porównywarki cenowe – korzysta z nich o 200% odbiorców w wieku 55+ więcej niż w zeszłym roku.

**Seniorzy, jako klienci e-commerce**

Dzięki coraz większej wiedzy na temat sieci, starsze pokolenie w końcu zaczęło zdobywać pierwsze doświadczenia w korzystaniu z e-sklepów. Według danych raportu „E-commerce w Polsce 2018” przygotowanego przez ośrodek Gemius już 27% użytkowników w grupie wiekowej 55-64 lata dokonuje zakupów online. Co ciekawe procent ten jest wyższy u osób starszych mających ponad 65 lat i wynosi 29%. Seniorzy najczęściej w Internecie kupują odzież i dodatki, kosmetyki i perfumy oraz książki, płyty, filmy – czym zupełnie nie odbiegają od pozostałych użytkowników sieci.

**Internet musi być przyjazny**

Marketerzy doskonale widzą potencjał w grupie osób starszych, które coraz mocniej uczestniczą w poszczególnych sferach życia online. Planując komunikację warto jednak pamiętać, że ich potrzeby, jako użytkowników, są zupełnie inne, niż te ludzi z młodszych pokoleń. Głównym wymogiem seniorów jest poczucie bezpieczeństwa w Internecie. Raport Gemiusa pokazuje, że dla osób 55+ czynnikami wpływającymi na autentyczność witryny są m.in. dokładne opisy towarów, łatwy interfejs czy wyszczególniony kontakt. Coraz więcej firm bierze to pod uwagę projektując i wdrażając rozwiązania UX. Wszystkie składowe poprawiają odbiór stron przez seniorów, sprawiają, że chętniej z nich korzystają, a co za tym idzie, częściej na nie wracają i polecają je innym. *Ostatnie badania pokazują wyraźny wzrost aktywności w internecie użytkowników w wieku 55+. Z jednej strony trend ten pozwala nam dotrzeć tą drogą do coraz większej grupy odbiorców, z drugiej wymaga również dopasowania do nich komunikacji -* mówi Michał Bonecki, Consumer Marketing Manager Perfetti Van Melle Polska.