

Reinwencja wyborów

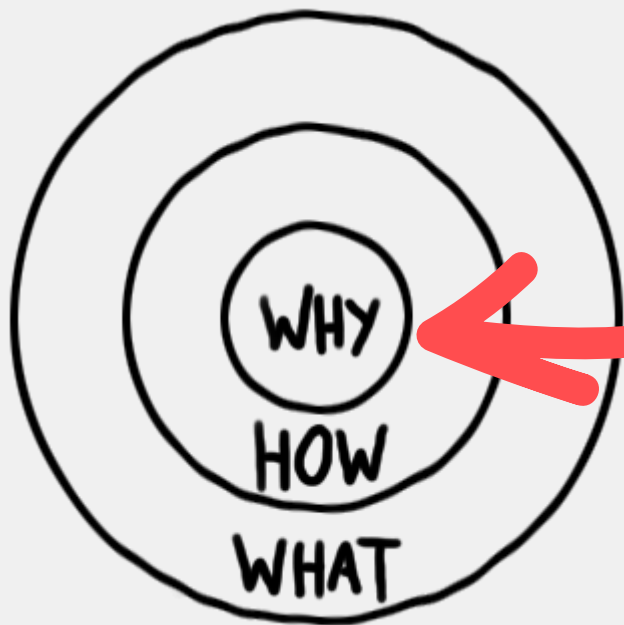
WP brand studio





Utknęliśmy w wyjątkowym momencie.

Być może, w pozytywnym znaczeniu, już nigdy nie przyjdzie nam dokonywać takich wyborów w globalnej skali. Balansujemy pomiędzy potrzebami społecznymi, a gotowością do zmian.



Narracje
Domeny

Napędzające nas narracje

Będą nami, silniej niż
dotychczas, kierować. Będą
łączyć nas wszystkich.



**#ekologia #inkluzywność
#wolność #hybrydowość**



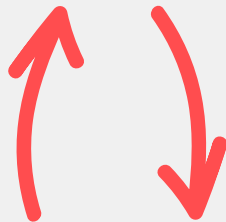
Odświeżone domeny

Narracje będą pojawiać się w domenach, czyli **redefiniujących się obszarach naszej codzienności.**



Współcelowość

Konsumenci dokonują wyborów na podstawie lokalnych i globalnych potrzeb. Coraz częściej wymagając na markach, podjęcia konkretnych działań.



Producenci sprowadzają na lokalne rynki pożyteczne i inspirujące rozwiązania dla konsumentów.

Wybory konsumentów będą zmieniać się w kilku najważniejszych domenach

Hyperlokalność



**Ekonomia
priorytetów**



**Technologiczna
integracja**



Breakfast

Lunch



HYPERLOKALNOŚĆ

Nowa bliskość w lokalności



41%

konsumentów w Wielkiej Brytanii twierdzi, że od czasu pandemii czują się bardziej związani ze swoimi sąsiadami.

Konsumenci większą uwagę zwracają na **potrzebę przynależności, chęć być częścią grupy o wspólnym interesie lub celu.**

Hyperlocal shopping

47%

badanych widzi siebie jako „zakupowych patriotów”

80%

zwraca uwagę czy kupowane produkty spożywcze są polskiej produkcji

10%

więcej jesteśmy skłonni zapłacić za polski produkt

Lokalność zyskuje na dodatkowym znaczeniu. W obszarze konsumenckim, wspólnotowość manifestuje się przed półką sklepową.

**Buy
Australian
now**

**Support
Aussie Makers**



By Australians, for Australians (Australia)

Od początku pandemii COVID-19, Australijczycy wykazują się większą preferencją dla produktów australijskich.



MUJI goes Swedish (Japonia / Szwecja)

Japońska sieć lifestylowa MUJI inwestuje w zaopatrzenie lokalnie. Filia w centrum Sztokholmu zaopatrzona wyłącznie w szwedzką żywność

Odoczynek ponad doświadczenie

Otwarcie lokali gastronomicznych i miejsc spotkań to częstsze przemieszczanie się na mapie lokalnej. Odoczynek „u siebie”, to wyjątkowa szansa dla kampanii, nakierowanych na lokalne społeczności, ale przede wszystkim na bliskie im wartości.

37%

badanych wybierze się na urlop w Polsce

badanych wyjdzie za granicę

17%

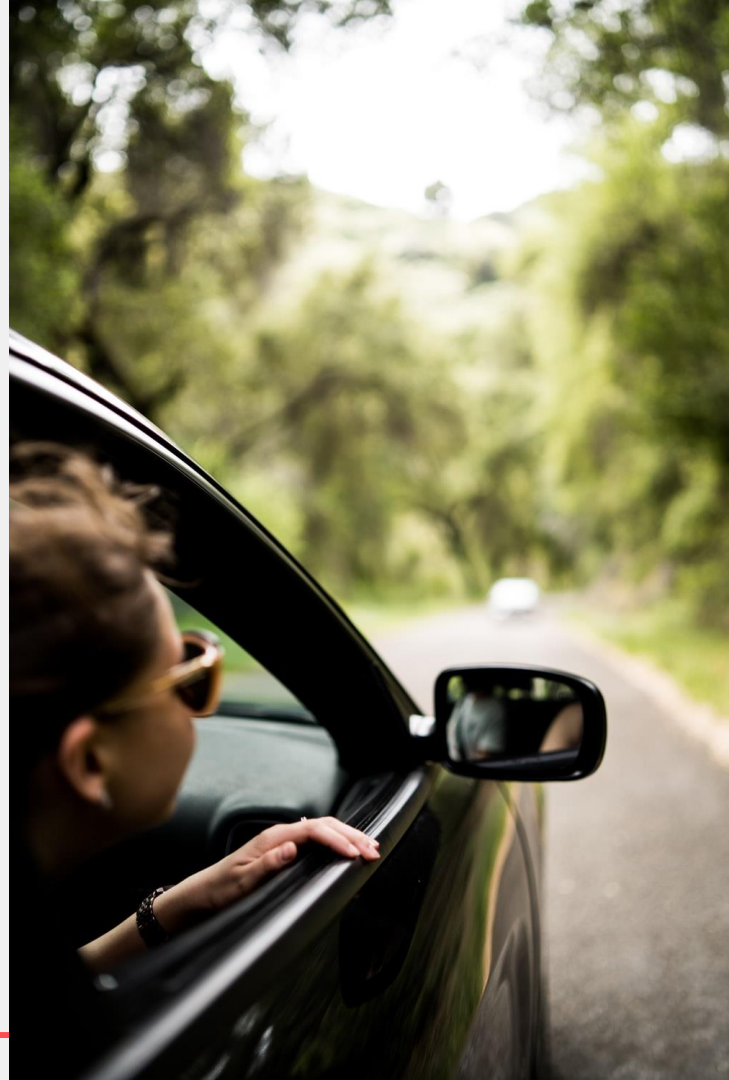


Auto wolność

W Polsce w Q1 2021 zarejestrowano **9,5%** więcej samochodów vs. Q1 2020.

Równolegle samochód staje się bezpieczną przepustką do podróżowania i codziennych dojazdów. Częstsze korzystanie z samochodu, to nowe potrzeby konsumentów: lepsze wyposażenie dodatkowe, ekonomiczność, ekologiczność, wszechstronność pojazdu, itd.

80% osób chce poruszać się własnym samochodem



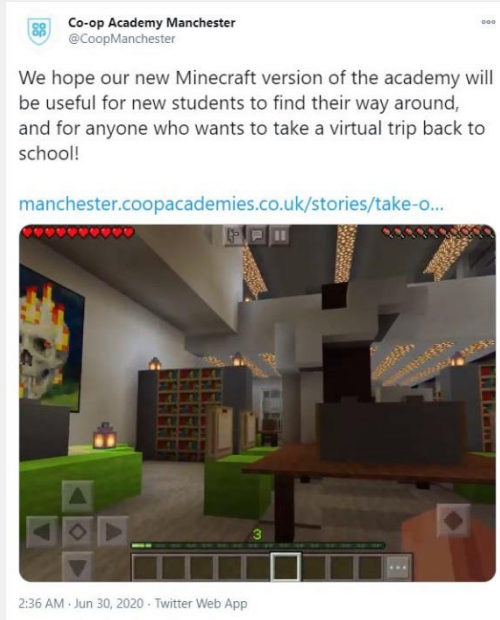
Zabawa na all- line

Wczoraj: „to spotkanie mogłoby być e-mail'em”,
Jutro: „to wydarzenie mogłem obejrzeć na
lajwstrimie”.

Wracają stare, dobre eventy, ale nie
zrezygnujemy z tych wygodnych spotkań
online. **Doświadczenie all-linowe to
przede wszystkim ułatwione dotarcie do
szerszego audytorium dzięki naszym
nowym przyzwyczajeniom.**



Odchodzimy od komunikowania w digital'u na rzecz tworzenia przestrzeni w digital'u



Open Day in Minecraft (UK)

Dyrekcja Academy Manchester użyła grę Minecraft do wirtualnej wycieczki po szkole dla nowych uczniów.



Offline VR (Chiny)

iQiyi, jedna z topowych serwisów streamingowych, uruchomił „Future Empire”, swój pierwszy, flagowy sklep w Szanghaju, który oferuje rozrywkę VR offline.



Fashion Crossing Realities (Brazylia)

Brazylijska marka odzieżowa Amaro wypuściła kapsułkową kolekcję inspirowaną Animal Crossing i zabrała swojego wirtualnego influencera do gry, aby zebrać materiał referencyjny.

Robienie i nicnierobienie

63%



konsumentów w Chinach potwierdza, że część rozrywki online (np. fitness, muzyczne festiwale) prowadzona w domu z wykorzystaniem krótkich wideo, może zastąpić działania offline

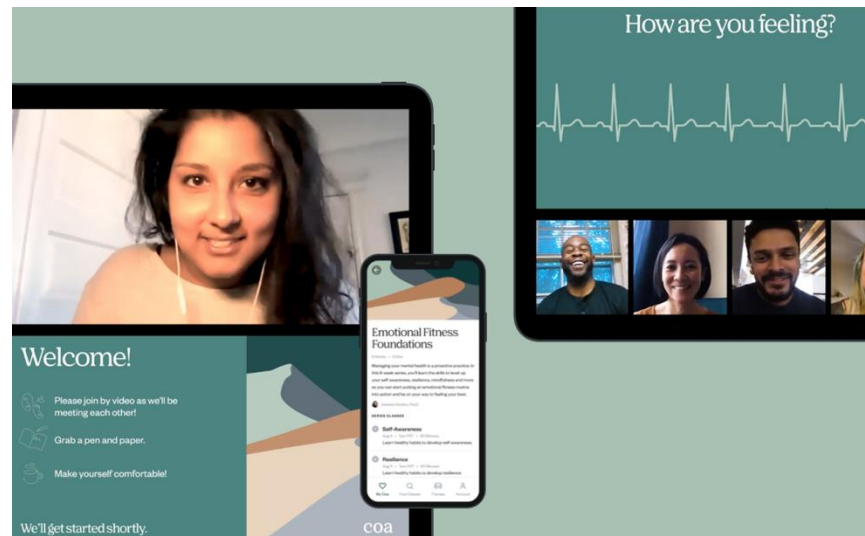


Ludzie stawiają sobie coraz **więcej wymagających wyzwań**. W tym samym czasie inni szukają emocji w „**doświadczeniu niczego**” pokazując jak ważne jest wyłączenie się z coraz gęstszej sieci połączeń.



TikTok (Global)

Na platformie uruchomiono centrum wellness dla użytkowników. Centrum podzielone jest na cztery kategorie – żywność i odżywianie, fitness, porady życiowe i uważność. Centrum zasilane jest treściami wpływowych TikTokerów, a także poradami profesjonalistów.



COA (US)

COA to amerykańska „siłownia zdrowia psychicznego”, która zaprasza na zajęcia z terapeutami. Chętni mogą zarezerwować pojedyncze zajęcia wellness lub przywództwa albo wykupić indywidualną sesję treningową z terapeutą.

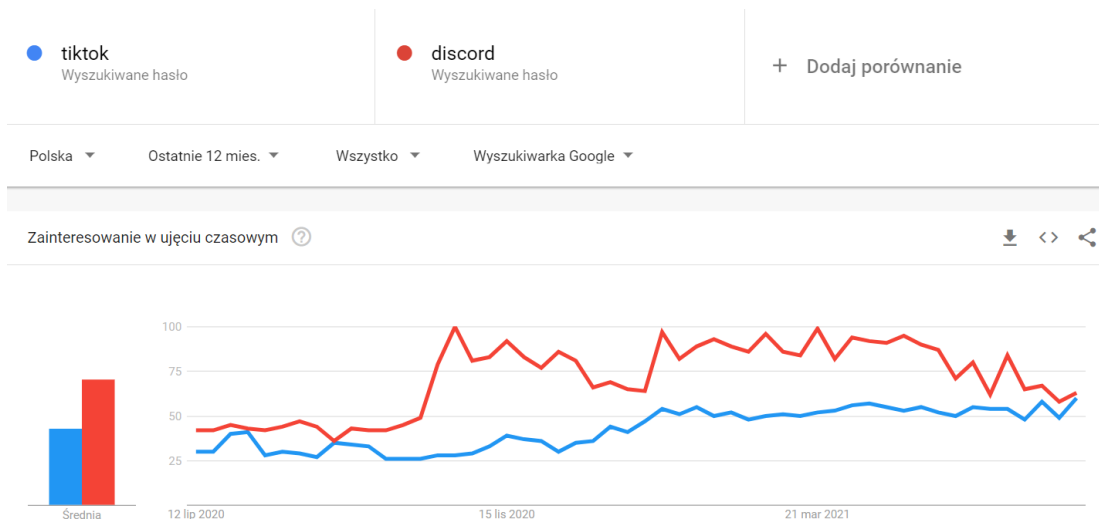
Jesteśmy (również) zwierzętami telespołecznościami



Według dostępnych danych, jeszcze w 2015 roku **Discord** zgromadził **25 milionów użytkowników**, a obecnie grono to powiększyło się do **ponad 300 milionów osób**.

+300%

wzrost słuchalności podcastów Spotify w Polsce (2019 do 2020)





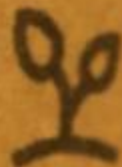
PLASTIC FREE



COMPOSTABLE



RECYCLED



BIO

DEGRADABLE

**EKONOMIA
PRIORYTETÓW**

Ekonomia priorytetów

Poszukiwanie korzyści dla wszystkich
w zrównoważonym rozwoju i otwartym
społeczeństwie.



To regeneracja naszych potrzeb,
organizacja domowego zaplecza,
wsparcie dla innych oraz dbanie o dobro
środowiska naturalnego.



65%

Działalność dużych podmiotów gospodarczych powinna zostać objęta proekologicznymi regulacjami.

32%

Konsumentów zapłaci więcej za produkt realizujący zasady zrównoważonego rozwoju.

14%

Respondentów sprawdza, czy opakowanie nadaje się do recyklingu.



Wschodząca siła re-commerce'u

62,2%

w minionym roku **oddato**
lub sprzedało
niepotrzebne przedmioty

zdarzało się **kupować**
rzeczy z drugiej ręki

42,8%

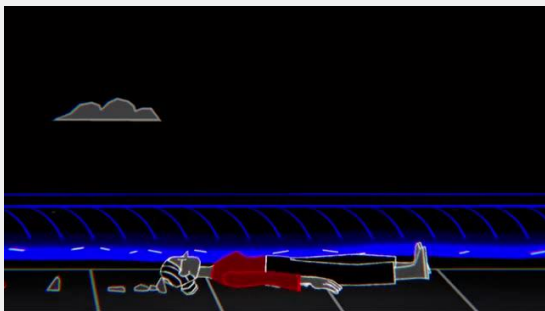
62,2%

naprawia już posiadane
ubrania

Polek **stworzyło własny**
kosmetyk w warunkach
domowych

22%





EARTHDAY.ORG (Global)

Organizacja EARTHDAY.ORG przygotowała wyróżniającą kampanię w ramach Dnia Ziemi.

Film tłumaczy, jak streaming wideo w wysokiej rozdzielczości, pozostawia zwiększony ślad emisji dwutlenku węgla.




Zalando (Global)

Zalando prezentuje nową kampanię „To wszystko zostaje tu z nami na dobre”. To opowieść o postaciach, które pozostały wierne swoim przekonaniom. Projekt ma na celu pogłębić dialog o różnorodności, inkluzywności i wzmacnianiu pozycji kobiet.

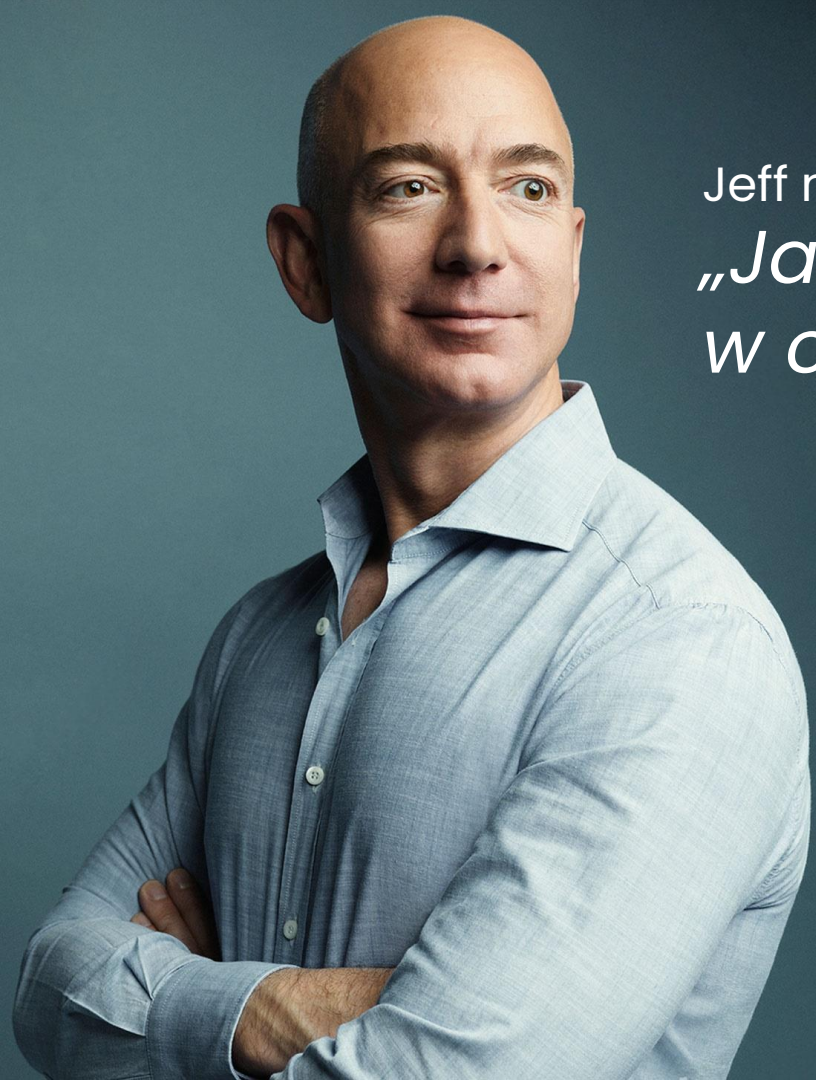


Rossmann (Polska)

Marketer otworzył flagową drogerię, która łączy nowoczesny design z najnowszymi technologiami, a także zakupy z zabawą. Jednym z hitów tej strefy jest Refill station – automaty do napełniania butelek wielokrotnego użytku.



TECHNOLOGICZNA INTEGRACJA



Jeff najczęściej jest pytany:
*„Jak zmieni się rynek
w ciągu najbliższych 10 lat?”*



Opowiada:
*„Szkoda, że nikt nie pyta
mnie o to, co nie zmieni się
w ciągu najbliższych 10 lat.”*

Which of these do you consider good reasons to buy an item online? (multi-pick)



63%

**Direct delivery
to my home**



57%

**Cheaper
prices**



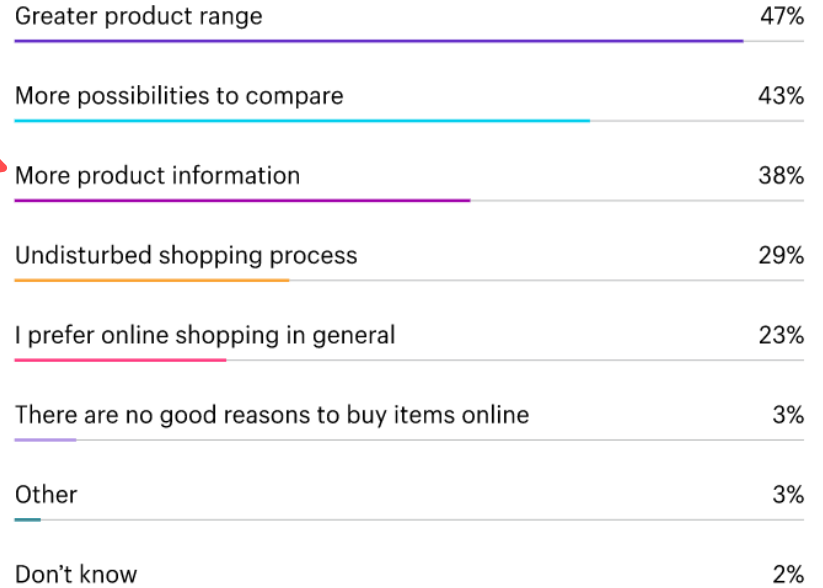
54%

**More convenient
way of shopping**



50%

**Available around
the clock**



Technologia kupowania

66%

badanych stwierdziło, że pandemia nauczyła ich doceniać dobrze zaprojektowaną technologię.

34%

badanych woli rozmawiać z botem niż z człowiekiem.

62%

o tyle maleją szanse zakupu w sklepie, który jest źle dostosowany na platformę mobile.



Nie odpuścimy tak łatwo możliwości łatwiejszego i szybszego kupowania online. **Najsilniejszym motorem napędowym tego trendu, będzie technologia.**

Technologia kupowania



Virtual Try-Ons

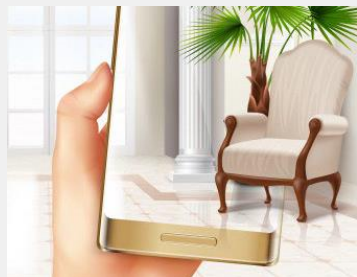
Shopify launches 3D model, video integration for merchants



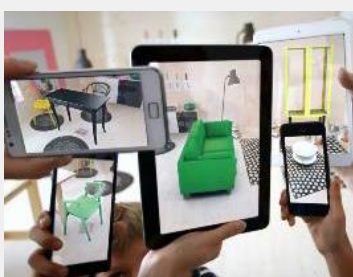
Photogrammetry



V-commerce (voice)



Product Virtualisation



Virtual Try-Outs



H-Commerce (home)

75% konsumentów próbowało **nowych zachowań zakupowych** od początku pandemii



Personalizacja

77%

badanych wybrało,
zarekomendowało lub
zapłaciło więcej marce, która
ofertuje spersonalizowane
doświadczenie

Content is **KING**
Distribution is **QUEEN**
Personalization is **WIN**




Gotowi na technologiczny switch?




63%

Badanych deklaruje, że będzie wykorzystywać dzisiaj więcej cyfrowych technologii.

Szybkie prototypowanie – uruchomienie – nowa oferta. Aby agile marketing odniósł sukces, szybkość ma ogromne znaczenie. Jednak tylko **35%** organizacji wykorzystuje opinie klientów do szybkiego tworzenia prototypów i nowych ofert.



**Marki ciągle rewidują swoje
plany biznesowe, tworząc
nowe możliwości wyboru!**



Elektromobilność 3.0?

Sony zaprezentowało swój concept car. Odpowiedź ze strony Apple są już niemal pewnością.



Create new player!

Działające w branży digitalowej podmioty, rozpoczynają ekspansję na nowe obszary. Wykorzystują własne zasoby w nowych, ale bliskich, usługach.

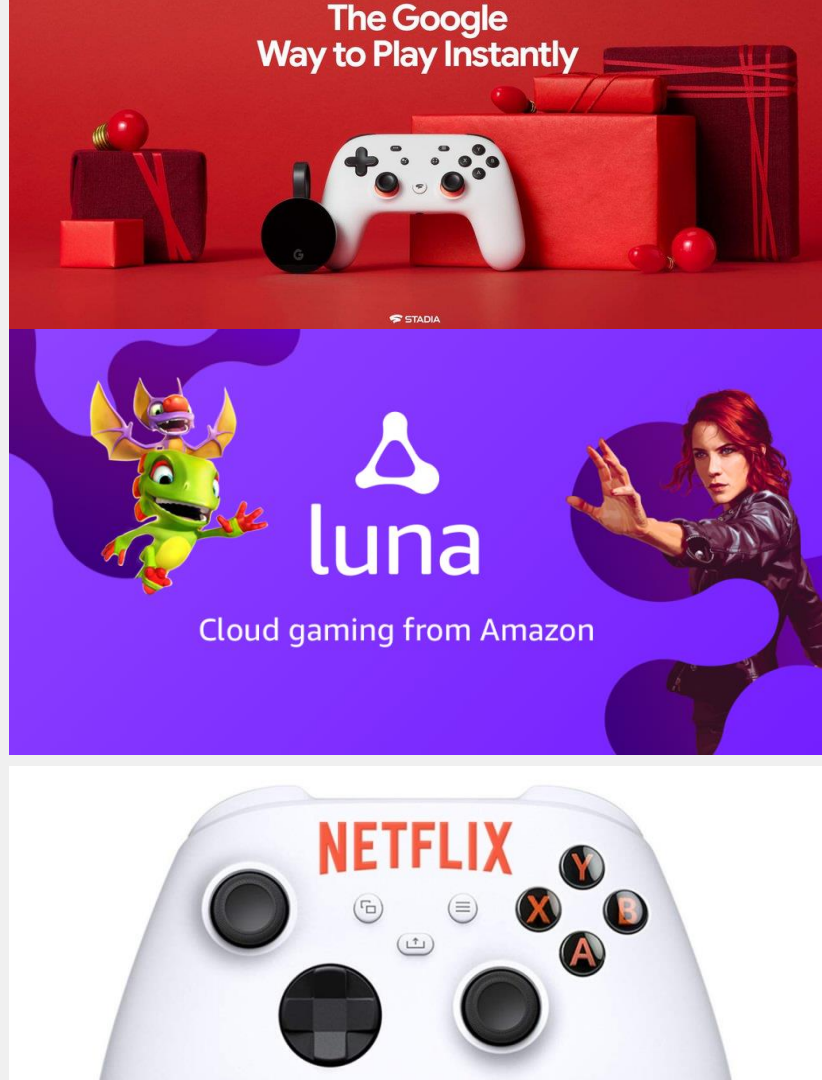
amazon wchodzi w obszar gamingu.

Google

z Google Stadia próbuje swoich w gamingu.

NETFLIX

Pogłoski mówią, że Netflix również dołączy do wyścigu.



Polacy nie przestrzegają zasad bezpieczeństwa w sieci



82% Polaków obawia się **cyberataków**

39% Polaków **nie zmienia regularnie hasła** do bankowości internetowej.

67% badanych przyznało, że stosuje te **same hasła w różnych miejscach.**

13% badanych **nie stosuje jakiegokolwiek zabezpieczenia** dostępu do urządzeń.


```
Link: function(scope, elem, attr) {
  var watchExpr = attr.ngSwitch || attr.on,
      selectedTranscludes = [],
      selectedElements = [],
      previousElements = [],
      selectedScopes = [];

  scope.$watch(watchExpr, function ngSwitchMatchAction() {
    var i, ii;
    for (i = 0, ii = previousElements.length; i < ii; ++i) {
      previousElements[i].remove();
    }
    previousElements.length = 0;


    for (i = 0, ii = selectedScopes.length; i < ii; ++i) {
      var selected = selectedElements[i];
      selectedScopes[i].$destroy();
      previousElements[i] = selected;
      $animate.leave(selected, function() {
        previousElements.splice(i, 1);
      });
    }

    selectedElements.length = 0;
    selectedScopes.length = 0;

    if ((selectedTranscludes = ngSwitchController.current) = attr) {
      scope.$eval(attr.change);
      forEach(selectedTranscludes, function(selectedTransclude) {
        var selectedScope = scope.$new();
        selectedScopes.push(selectedScope);
        selectedTransclude.transclude(selectedScope);
        var anchor = selectedScope.$parent;
      });
    }
  });
}
```



**Technologia, hyperlokalność,
nowa ekonomia, otwartość,
personalizacja – to wszystko
prowadzi do ...**





METaverse

Cyfrowo kolektywna siła

FORTNITE + JACK

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
51
52
53
54
55
56
57
58
59
60
61
62
63
64
65
66
67
68
69
70
71
72
73
74
75
76
77
78
79
80
81
82
83
84
85
86
87
88
89
90
91
92
93
94
95
96
97
98
99
100

Następna wersja internetu jest często określana jako **Metaverse**, termin wywodzący się z science fiction, opisujący wspólną, wirtualną przestrzeń, która jest stale aktywna, nawet bez logowania się ludzi. Będzie miała własną gospodarkę wraz z miejscami pracy, obszarami zakupowymi i własnymi media.

Kolejne kroki w stronę Metaversu to: teleobecność, VR, AR, wearables, telemedycyna, hybrydowa praca i gaming.



Epic CEO, Tim Sweeney

ASTRO
NOMICAL



W badaniu Deloitte Global Marketing Trends Consumer Pulse Survey ponad połowa respondentów chciała, aby **ich wirtualne doświadczenie było bardziej „ludzkie”**.





Sh4unity 3 tygodnie temu

Now imagine the 3D lag/glitch when the wifi connection fluctuates. How scarring that will be to see in reality 😂

👍 1,5 tys. 🗨️ ODPOWIEDZ

▼ Wyświetl 14 odpowiedzi



Prince Westenburg 2 tygodnie temu

Personally, I'd pay good money not to see my relatives.

👍 284 🗨️ ODPOWIEDZ

▼ Wyświetl 3 odpowiedzi



To już podsumowanie, ale jest jeszcze złota myśl na kolejnym slajdzie

Technologiczna integracja

to kształtowanie nowych nawyków konsumentów przez projektowanie nowoczesnych rozwiązań technologicznych.

#personalizacja
#cyberbezpieczeństwo
#technologie kupowania
#metavers

Ekonomia priorytetów

to wspieranie skracanie drogi do naprawy tego, co nas łączy i celebrowanie tego co oswajamy.

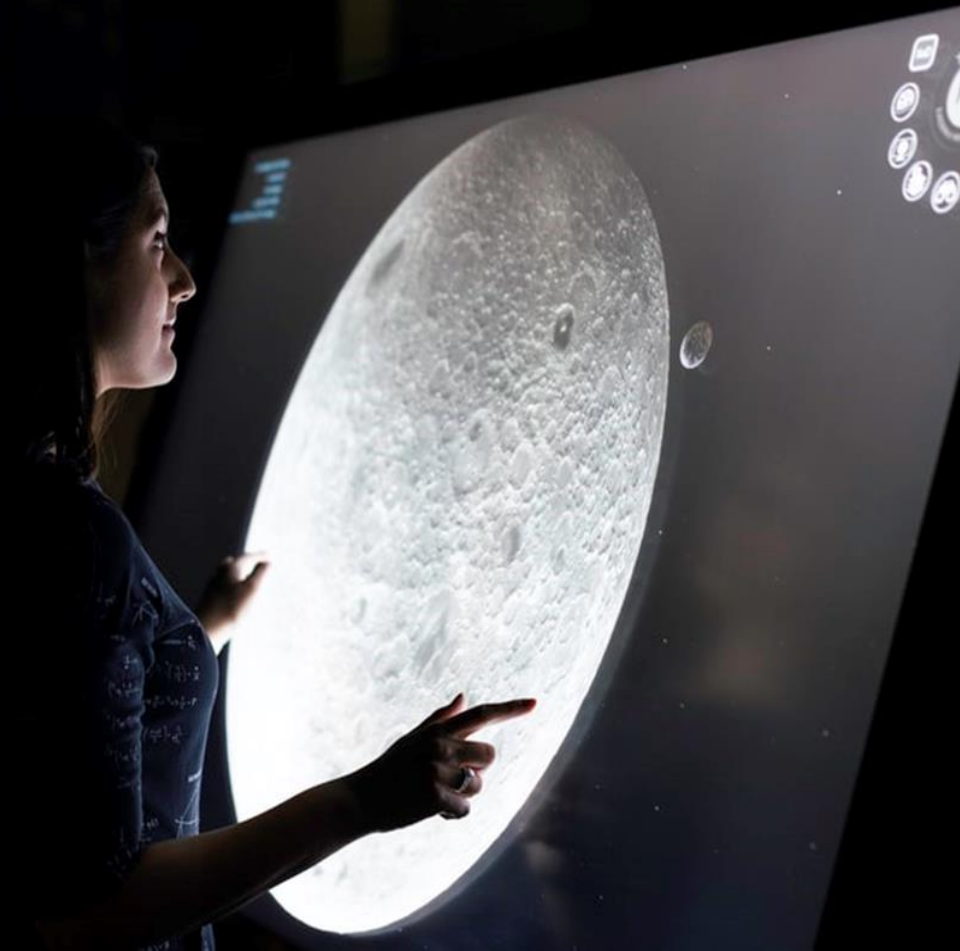
#eko-konsument
#digitalowy zrównoważony rozwój
#secondhand
#inkluzywność
#nicnierobienie

Hyperlokalność

to wartościowe zaangażowanie grup i większa wrażliwość na potrzeby konsumentów w skali mniejszej niż „A16-49”

#lokalny biznes
#polskie produkty
#wolność podróżowania
#bliskość
#telespołeczności
#all-line

***Tworzymy podstawy
przyszłego, jeszcze bardziej
cyfrowego świata, który da
nam więcej bliższych
doświadczeń
i zachęci do otwartej
i zrównoważonej
codzienności.***





Dziękujemy!

WP brand studio