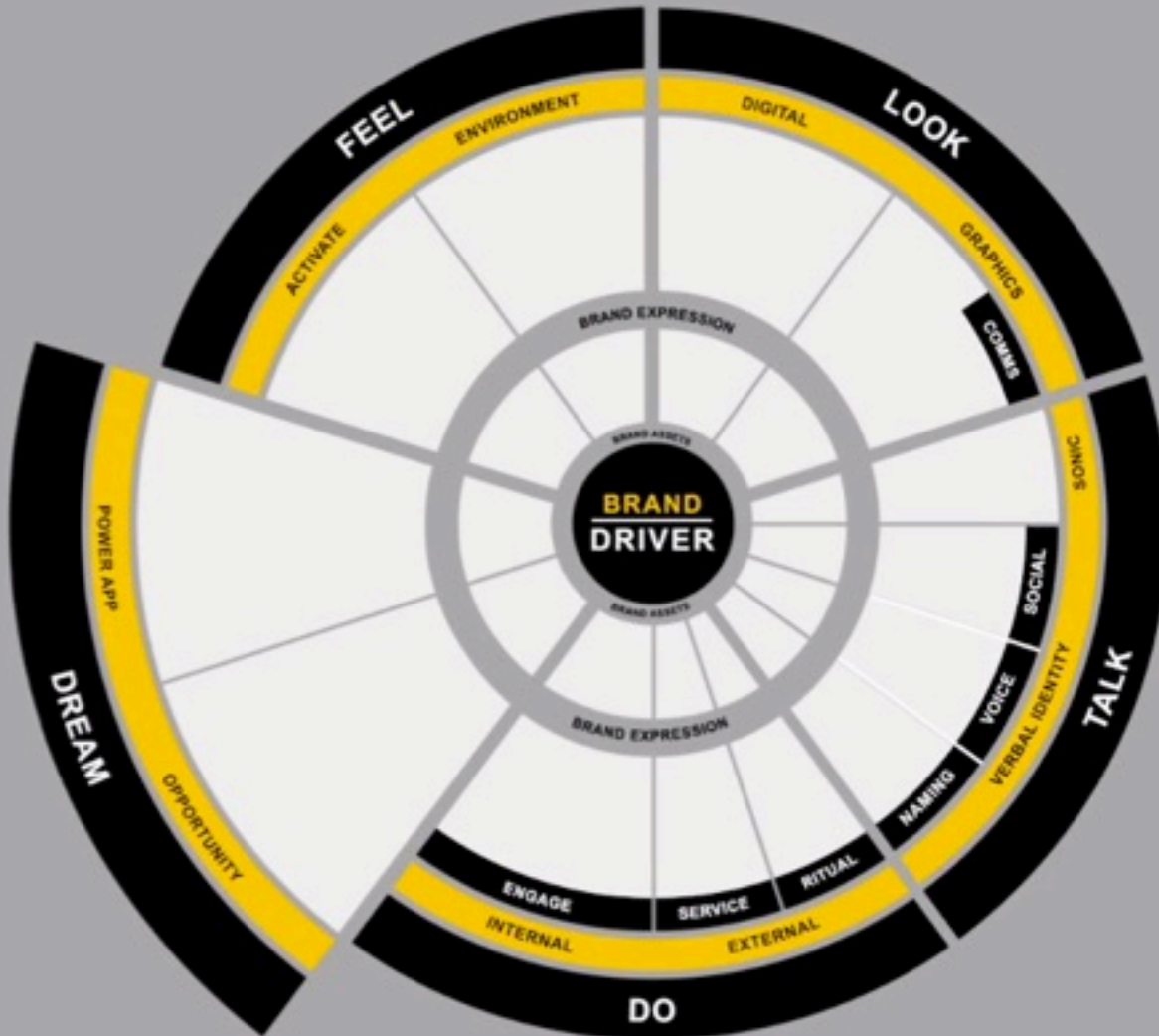






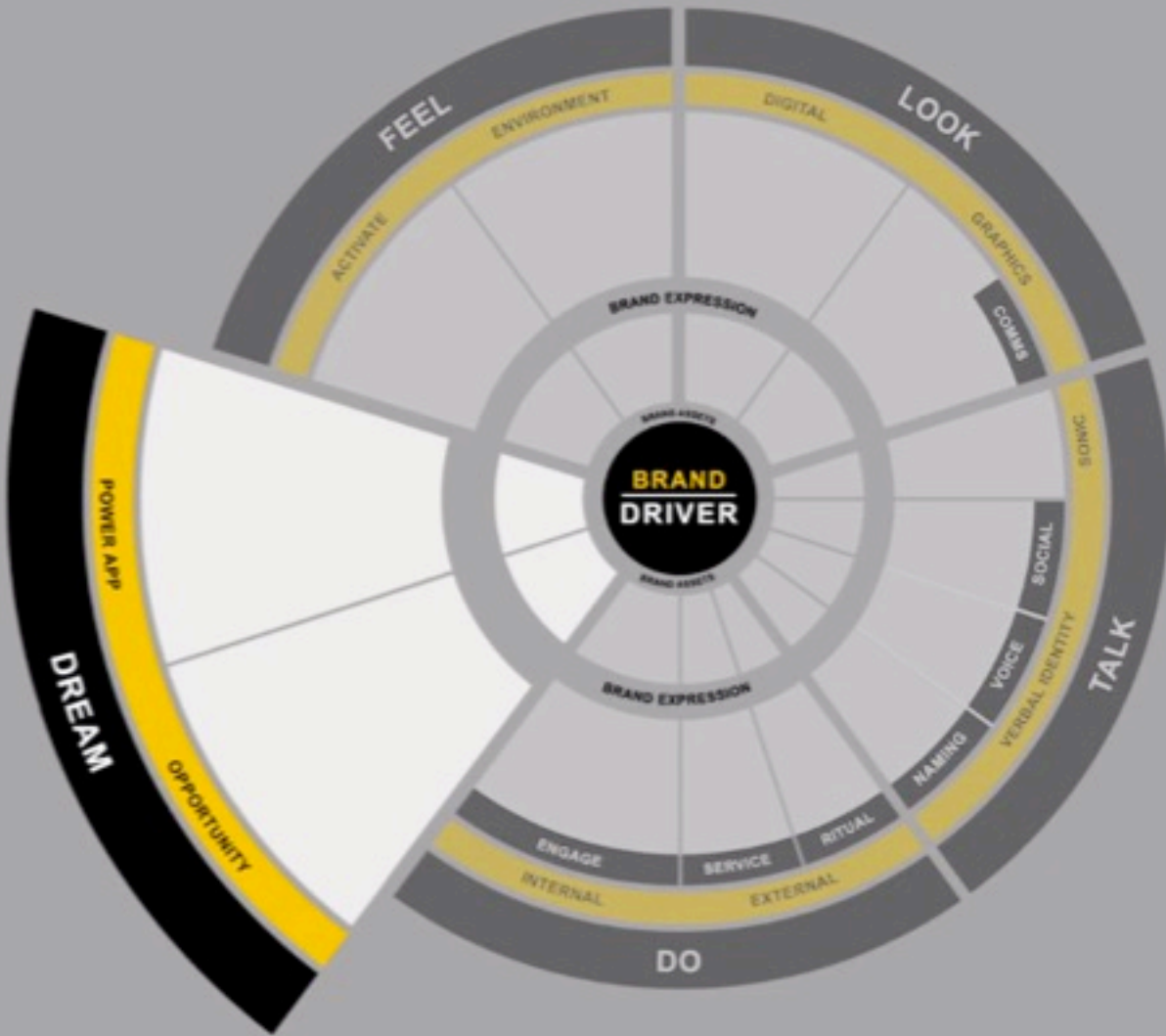
Николай ХЛОПОВ  
Head of Trends and  
Insights,  
THI







Это известная модель Brand Mapping Framework





Тренды это часть того, о чем люди возможно только мечтают сейчас, но что станет их реальностью уже в ближайшем будущем



POWER APP

DREAM

OPPORTUNITY





Поэтому говоря о трендах, мы фокусируемся на открывающихся в будущем возм





“БУДУЩЕЕ уже здесь”.

Уильям Гибсон,  
Писатель фантаст



Как узнать будущее?

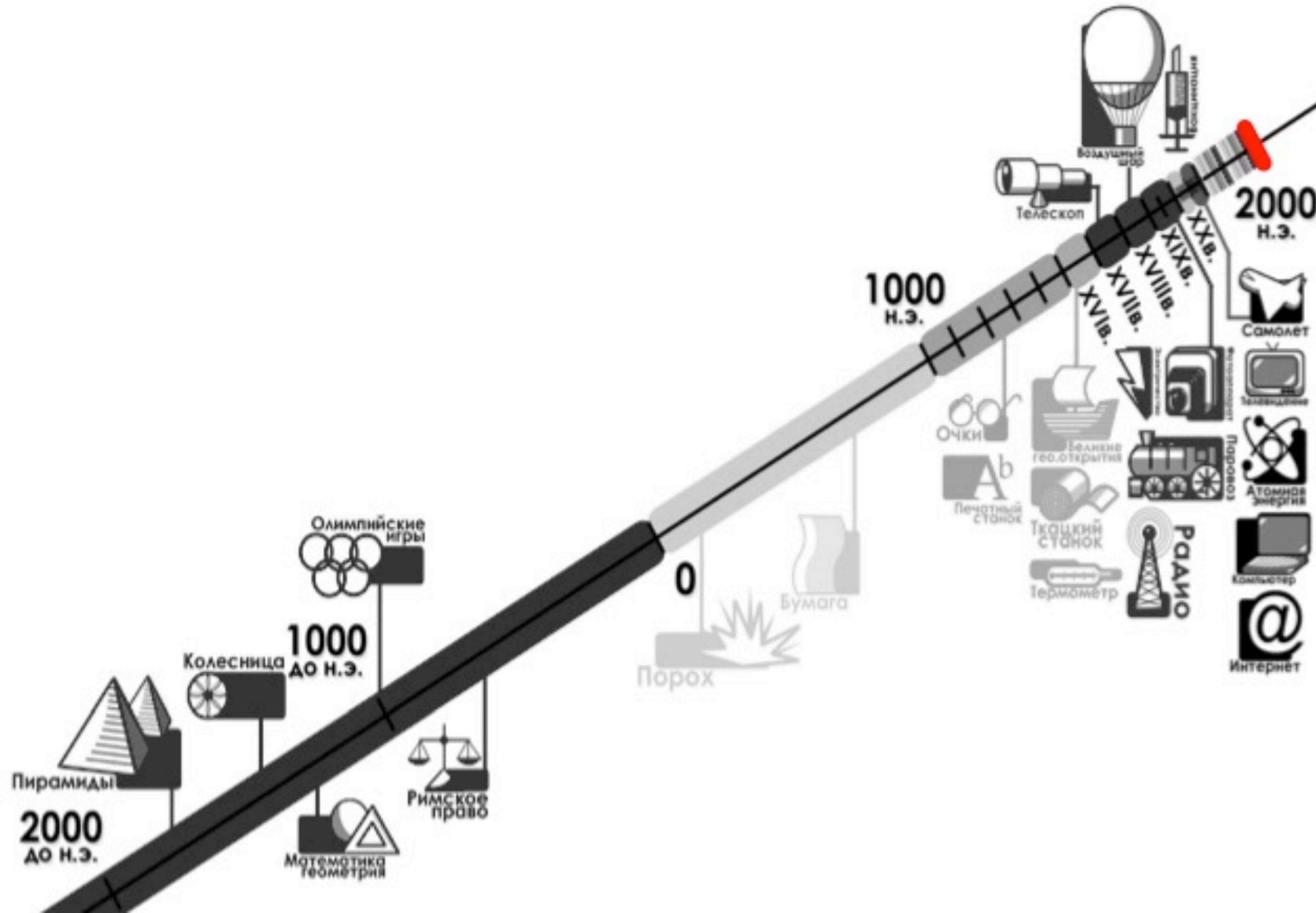


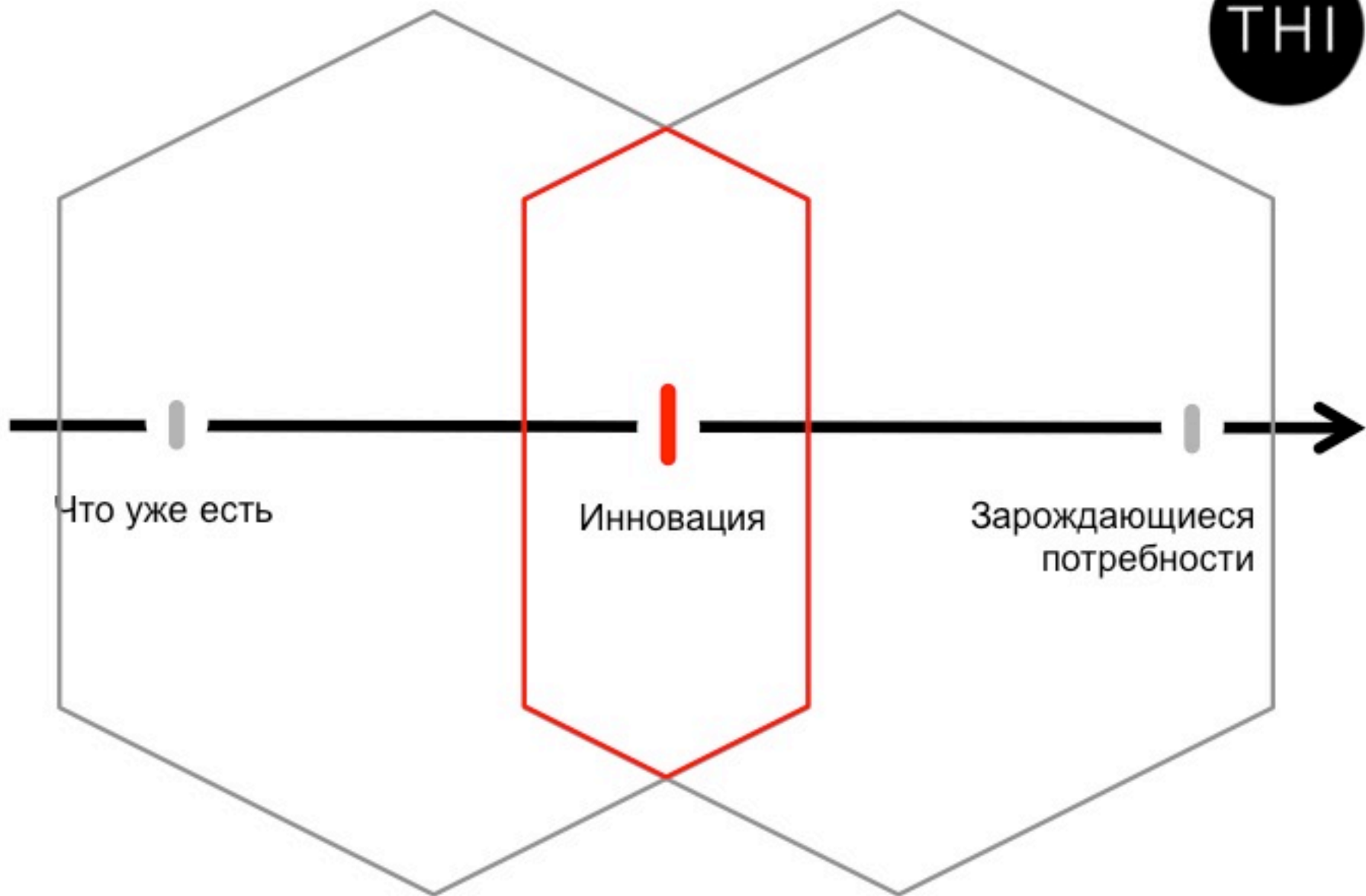
“БУДУЩЕЕ уже здесь... Просто оно еще не достаточно распространено.”

Уильям Гибсон,  
Писатель фантаст



Source: Rogers, Everett M. Diffusion of Innovations, 1983

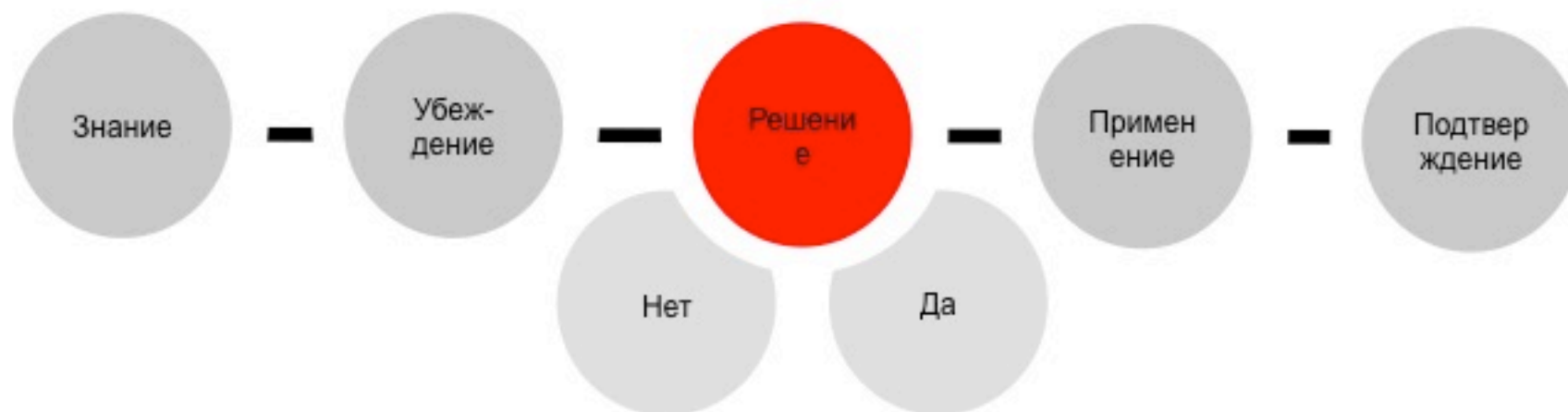




Source: Rogers, Everett M. Diffusion of Innovations, 1983



Как люди принимают инновации?





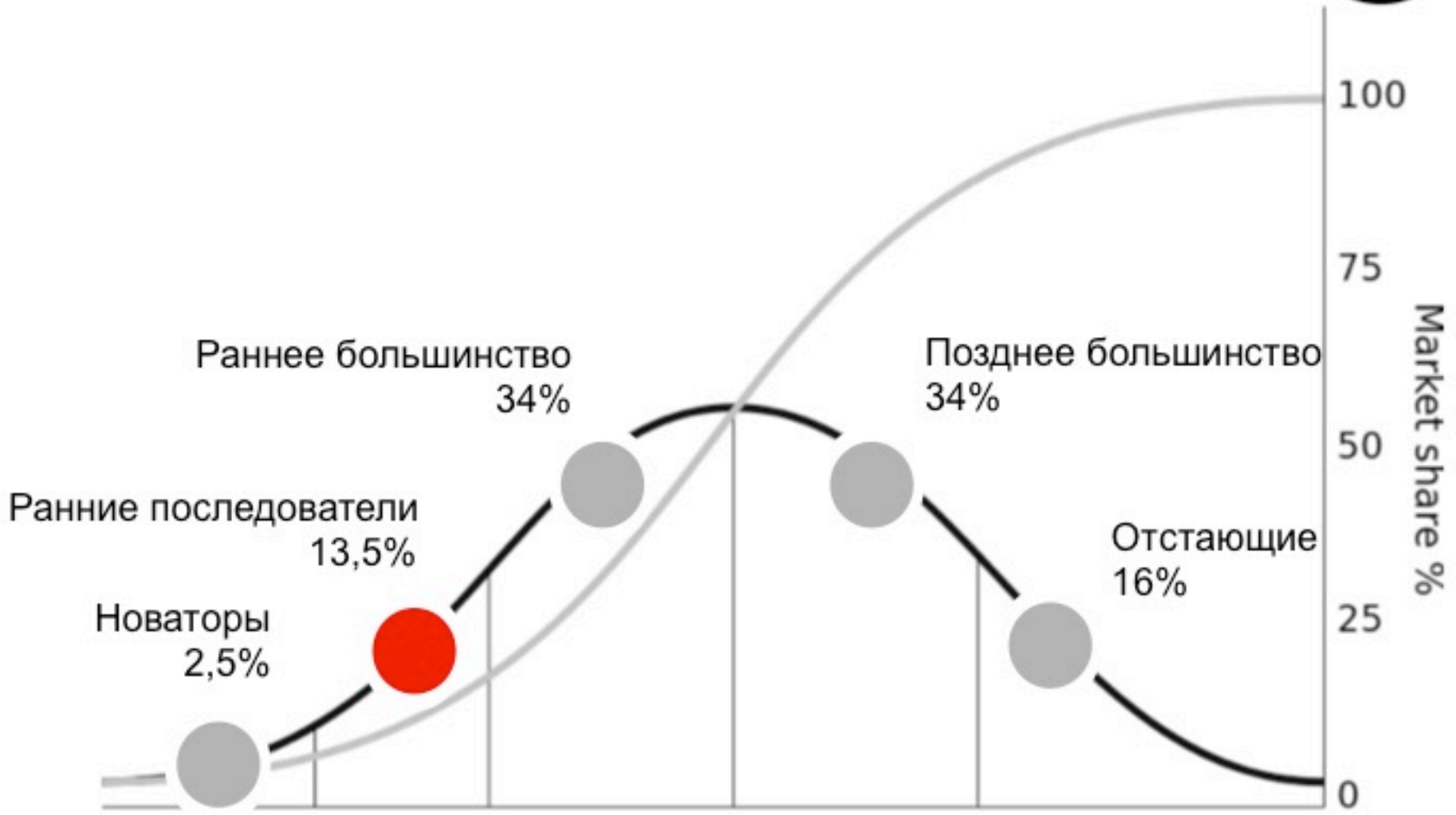


Как люди воспринимают будущее?





Не все люди одинаковые...



Source: Rogers, Everett M. Diffusion of Innovations, 1983



## КОНВЕРСИЯ ТРЕНДОВ В ИННОВАЦИИ

1. Тренды влияют на то, что в бизнесе называется видением - **VISION**

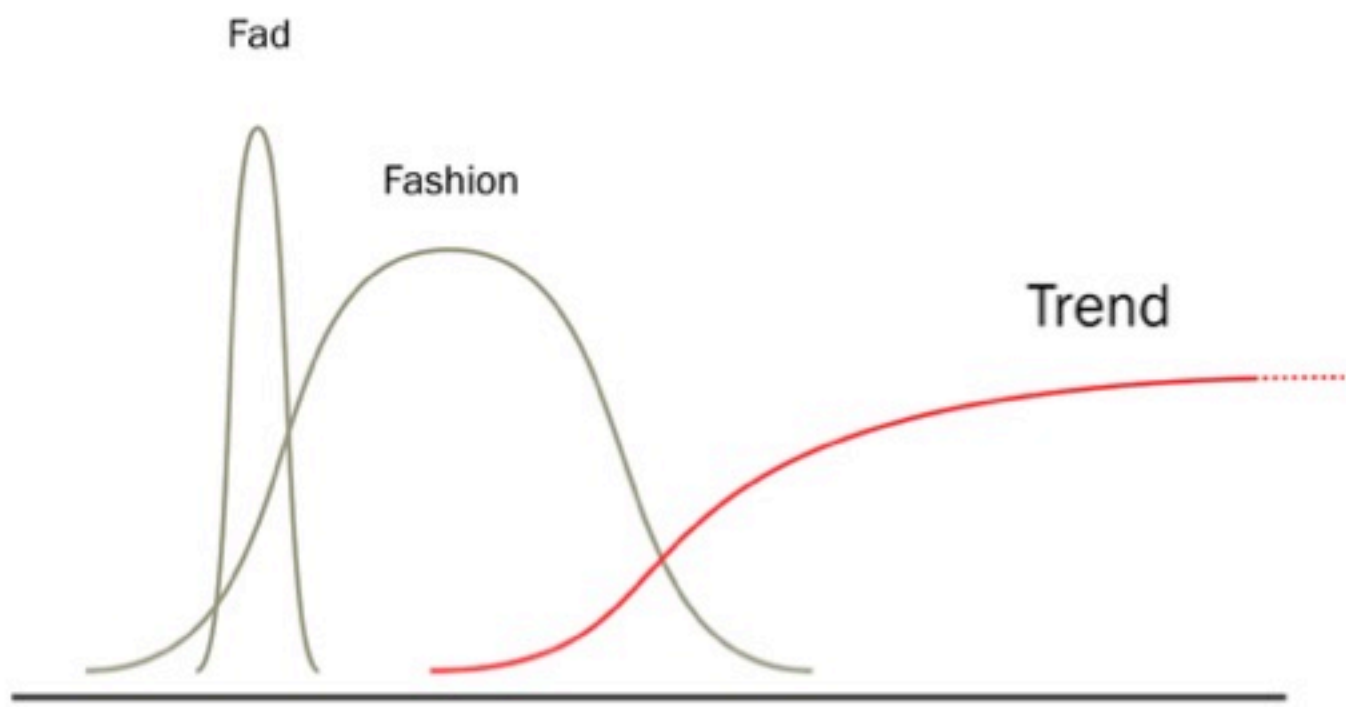
2. Тренды ложатся в основу новых бизнес концепций, новых предприятий и новых брендов - **НОВЫЕ БИЗНЕС КОНЦЕПЦИИ И МОДЕЛИ**

3. Тренды добавляют «что-то новое» к уже существующим потребительским сегментам – **НОВЫЕ ПРОДУКТЫ, УСЛУГИ, ОПЫТ**

4. Ориентируясь в трендах вы даете потребителю поверить, что понимаете, чем он живет сегодня и чем будет жить завтра – **МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА, PR**



Как отличить тренд от не тренда?





Как создать инновационный проект,  
который найдет своего потребителя  
и будет успешным?





Надо видеть полную картину

# ВРЕМЕННЫЕ ЗОНЫ

1 ЗОНА 2010-2015

2 ЗОНА 2015-2020

3 ЗОНА 2020-2025

4 ЗОНА 2025-2035

5 ЗОНА 2035-2050

## Замечания к путешествиям во времени

Эта карта дает общее представление о некоторых трендах и тенденциях, которые известны сейчас или прогнозируются в будущем. Карта построена с помощью современных технологий, поэтому путешествия во времени должны пользоваться своей скоростью. Мы представляем возможные предположения по поводу новых маршрутов и зон.

Если вы хотите путешествовать по дорожке первой зоны, вам потребуется конференция, а в четвертой зоне также рекомендуется иметь с собой запас яри. Однако вы вряд ли погрузитесь, если вы будете придерживаться простых временных тропинок. Отметим также, что путешествия в 5-ю зону не рекомендуется тем, кто старше 75 лет.

## Источники

Материалы для этой карты взяты из множества источников, включая Future Files и What's Next.



www.futurefilesbook.com

What's Next  
www.whatsnext.com

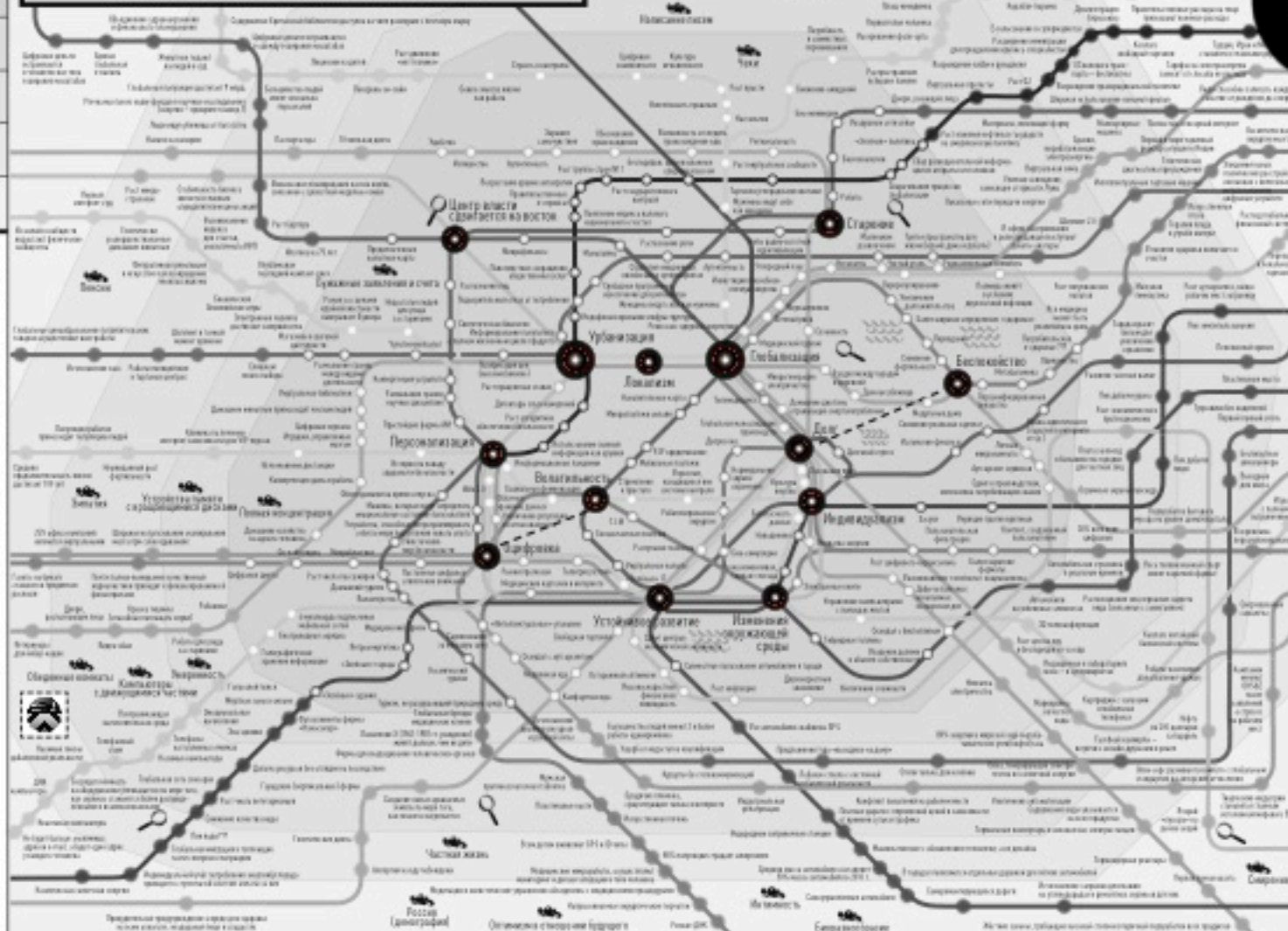
**Благодарности:**  
Эта карта была создана Ренатой Ветром из PowerBook, с помощью команды Инженеров Фьюри из MIT. Также спасибо Стивену Фрэнку, Майку Демингу и Стиву Маркосу.



Эта карта распространяется под лицензией Creative Commons 2.0 (BY-NC-SA). Вы можете использовать ее по своему усмотрению при условии ссылки на первоисточник.

# ТАЙМЛАЙН ТРЕНДОВ И ТЕХНОЛОГИЙ 2010+

Дорожная карта для исследования нынешних и будущих трендов. Некоторые прогнозы. См. подробнее на сайте nowandnext.com



4. Наука и технологии
5. Здоровье и медицина
6. Розничная торговля и развлечения
7. Экономика
8. Финансы
9. Окружающая среда и климат
10. Политика
11. Транспорт
12. Путешествия и туризм
13. Дом и семья
14. IT и технологии
15. Новости и СМИ
16. Работа и бизнес

- Мегатренд
- Тренд
- Прогноз
- ~ Опасные тенденции
- 🔍 Плохая видимость
- Высокая скорость в будущем
- 🚀 Частичная разработка

## Глобальные риски\*

\* Международная комиссия по глобальным рискам (IGR) опубликовала доклад о глобальных рисках в 2009 году.

- ▲ Смена цен на ресурсы
- ▲ Новая энергия
- ▲ Массовая миграция населения
- ▲ Парный терроризм
- ▲ Экономический коллапс
- ▲ Переброска информации
- ▲ Резкий рост кибербезопасности
- ▲ Атаки на критические объекты инфраструктуры
- ▲ Массовый сдвиг демографических явлений
- ▲ Распространение СМТ
- ▲ Пути на рынке цифровой экономики
- ▲ Экономический терроризм
- ▲ Коллапс американского доллара
- ▲ Резкое глобальное изменение погоды
- ▲ Атаки террористов на городские объекты инфраструктуры
- ▲ Выбросы США и Китая
- ▲ Атаки на транзит на Иран
- ▲ Сильная конкуренция в сфере
- ▲ Географическое изменение России
- ▲ Коллапс энергетической системы
- ▲ Глобальная пандемия
- ▲ Война с Северной Кореей
- ▲ Политическая дестабилизация в Китае
- ▲ Системный сброс финансовой системы
- ▲ Функциональный коллапс в Пакистане
- ▲ Распространение ядерной энергии
- ▲ Коллапс Китая
- ▲ Сильнейший телефонный взрыв
- ▲ Сильный средний дефицит
- ▲ Падение уровня
- ▲ Угрозы кибербезопасности
- ▲ Космическая война и угрозы безопасности
- ▲ Выброс атомной энергии на Земле
- ▲ Восстановление России
- ▲ Люди используют карту трендов, спланировав встречу



И понимать как создается инновационное решение

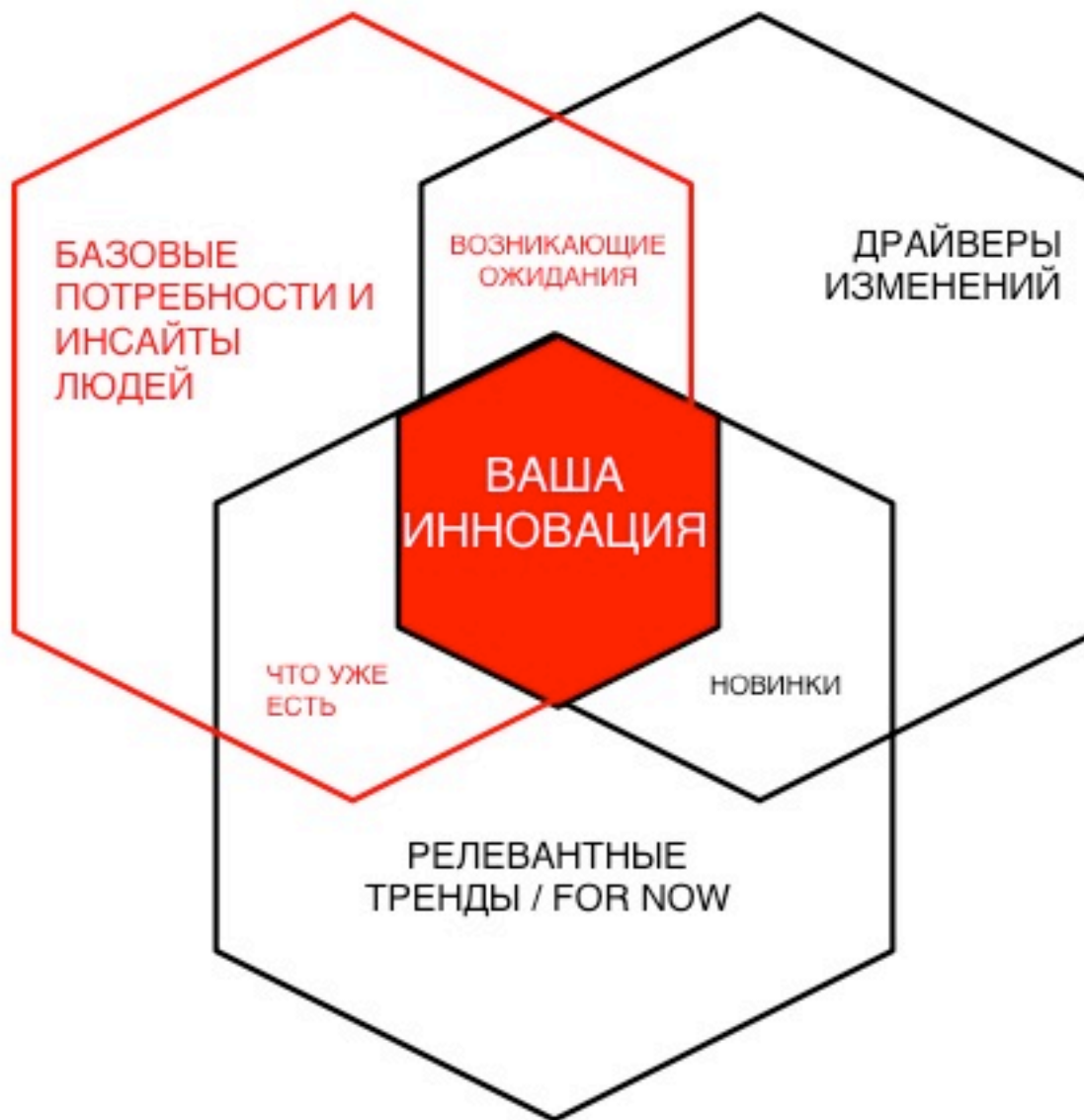


Надо понимать логику этого процесса





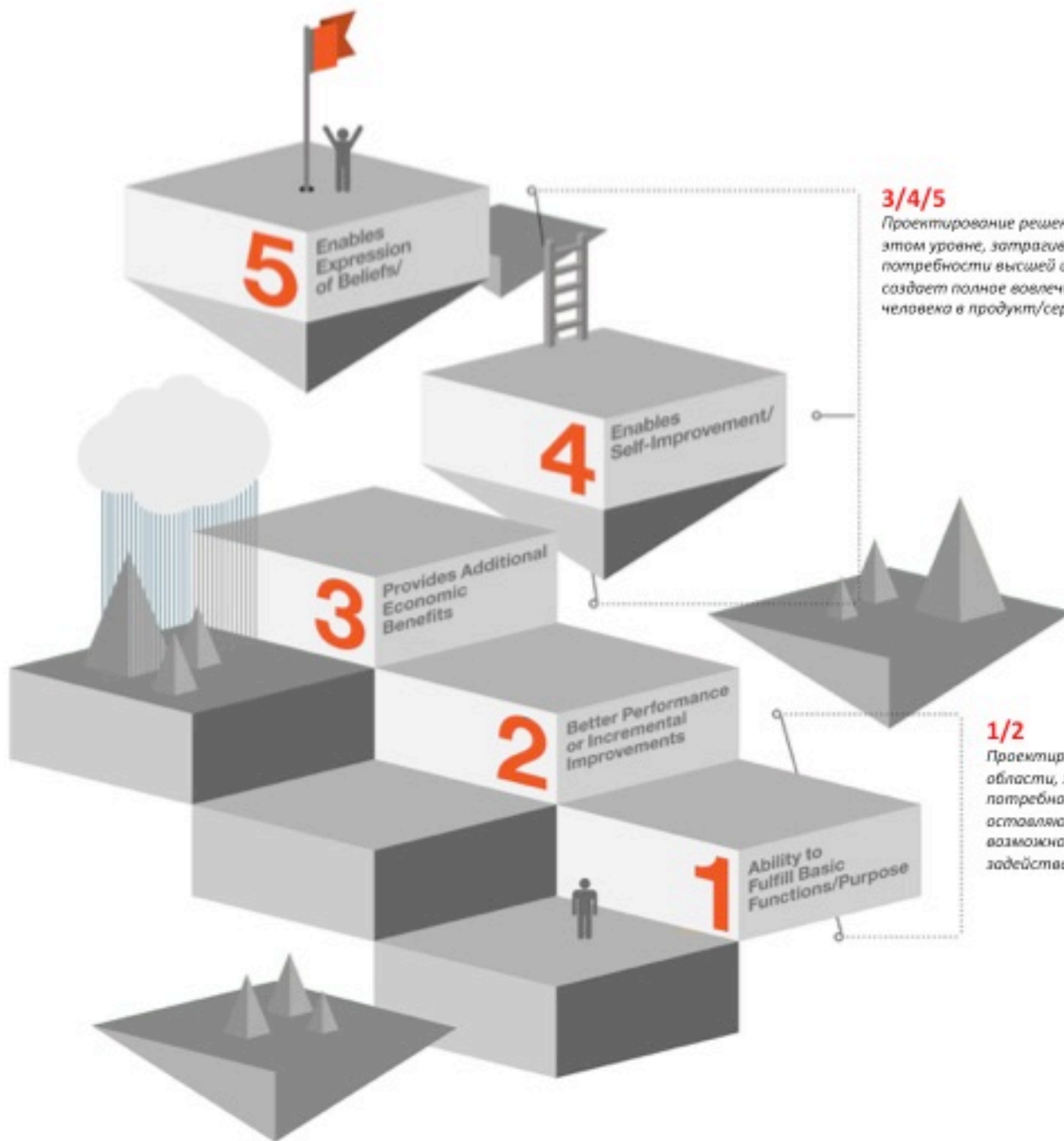
Не менее важно понимать **базовые потребности**  
или чего хочет каждый человек?





Чего хочет каждый из нас с вами?



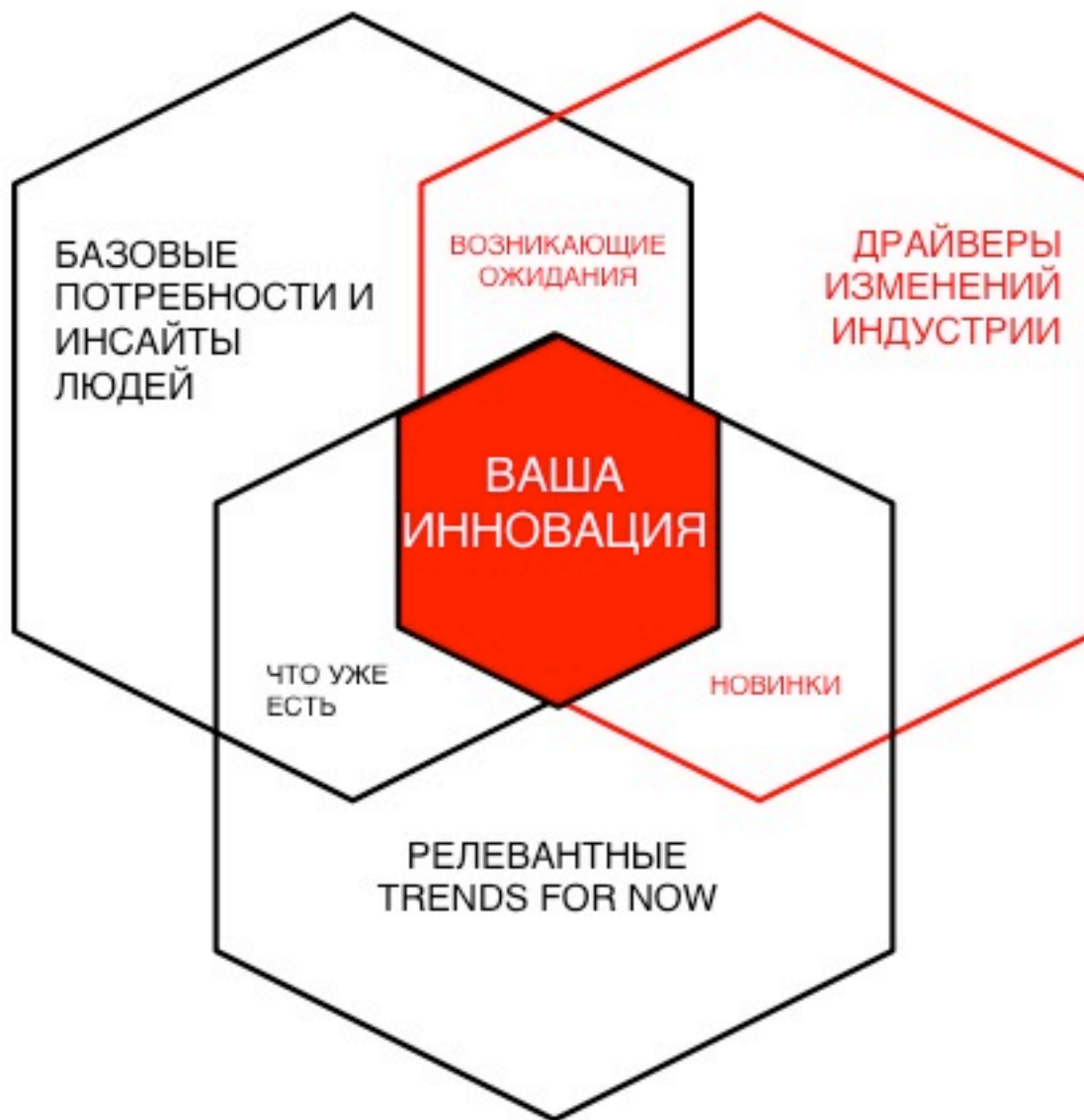


**3/4/5**

Проектирование решений на этом уровне, затрагивающее потребности высшей иерархии, создает полное вовлечение человека в продукт/сервис.

**1/2**

Проектирование решений в этой области, затрагивает базовые потребности человека. Они оставляют большое количество возможностей не задействованными.





Давайте разберемся **какие бывают тренды?**



## **ТИПОЛОГИЯ ТРЕНДОВ**

1. Макро тренды
2. Индустриальные тренды
3. Потребительские тренды



Макро тренды



На карте на стене они похожи на узловые станции метро.  
Они «живут» в течение 20-30 лет и меняются не очень часто



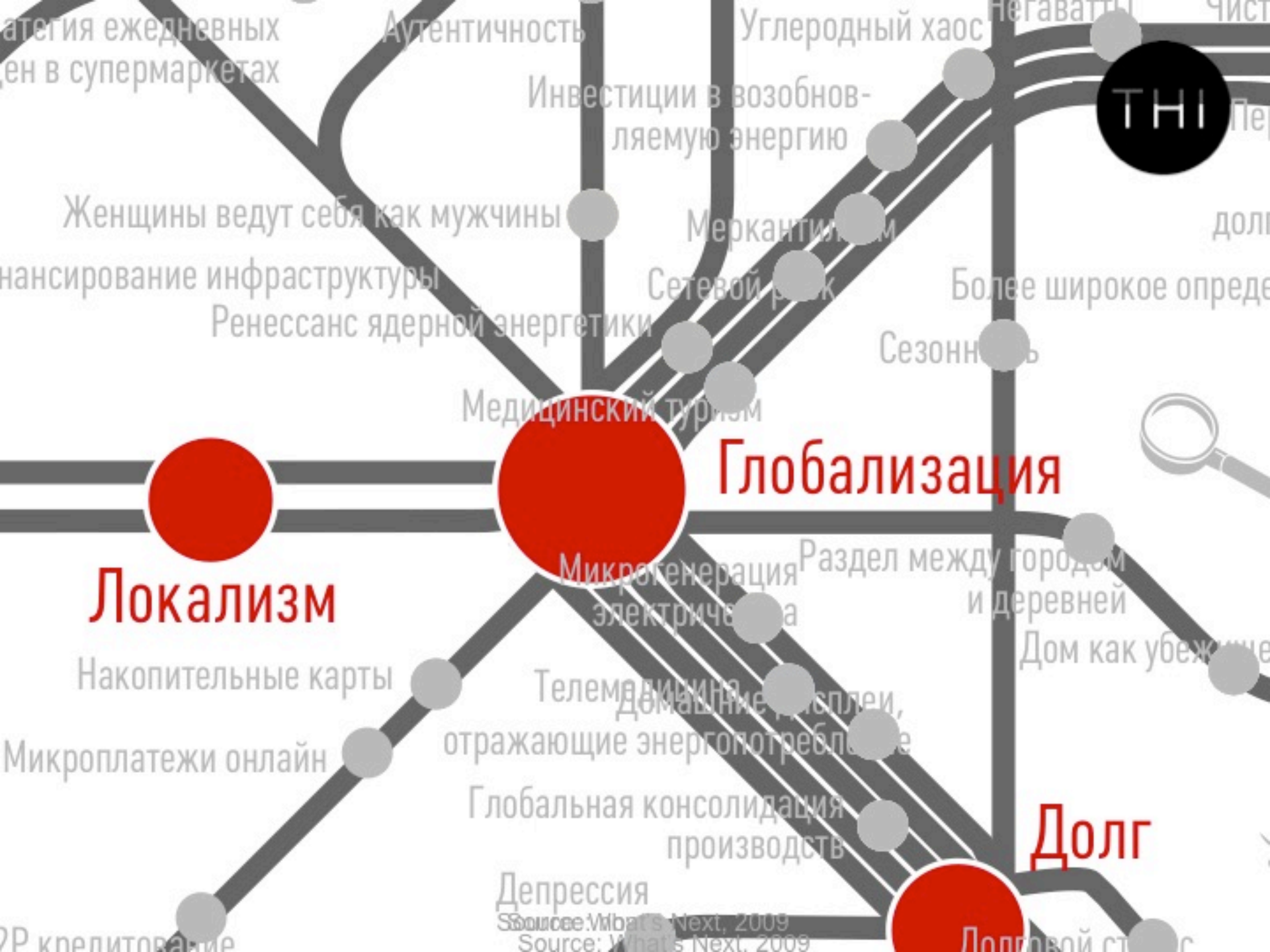


Они выступают как «узловые станции», соединяющие и задающие вектор развития индустриальным и потребительским трендам.





Пример



**Локализм**

**Глобализация**

**Долг**



Source: What's Next, 2009  
Source: What's Next, 2009



## Индустриальные тренды



1. Общество и культура
2. Г
3. Эн
4. Наука и технологии
5. Здравоохранение и медицина
6. Розничная торговля и развлечения
7. Экономика
8. Финансы
9. Окружающая среда и климат
10. Питание
11. Транспорт
12. Путешествия и туризм
13. Дом и семья
14. IT и телеком
15. Новости и СМИ
16. Работа и бизнес



source: Whatnext



На самом деле про них в своей области вы знаете почти все гораздо лучше др



Потребительские тренды



Именно они формируют картину того, что хотят люди сейчас





1. Общество и культура
2. География
3. Энергетика
4. Наука и технологии
5. здравоохранение и медицина
6. Розничная торговля и развлечения
7. Экономика
8. Финансы
9. Окружающая среда и климат
10. Питание
11. Транспорт
12. Путешествия и туризм
13. Дом и семья
14. IT и телеком
15. Новости и СМИ
16. Работа и бизнес





Нужно ли следить за всеми трендами или как расставить приоритеты?



Нет, вам нужно отслеживать релевантные для вас тренды, которые составляют то, что называется

Trends for now или trend framework



Source: trendwatching, 2014



Вот один интересный российский проект,  
которым может пользоваться каждый из вас уже сегодня



Кто из вас может сказать, что умеет копить деньги?



Вот что мы сделали, чтобы помочь людям...



...Вести здоровый образ жизни и при этом копить деньги?



Знаете что это?



THI





Мы соединили банк и стремление человека быть здоровым



## Для всех клиентов, которые ведут активный образ жизни

Никто не любит копить. Мы предлагаем простой и эффективный способ сделать это с пользой для здоровья. Всего 10 тысяч шагов в день позволят вам держать себя в форме. Ходите и копите. Очень просто. Укажите ваш логин для входа в интернет-банк «Альфа-Клик», дату своего рождения, ваш трекер и в отдельном всплывающем окне введите данные вашей учётной записи в Fitbit, Jawbone UP или RunKeeper. Всё – вы в деле!



Подключайтесь



Двигайтесь

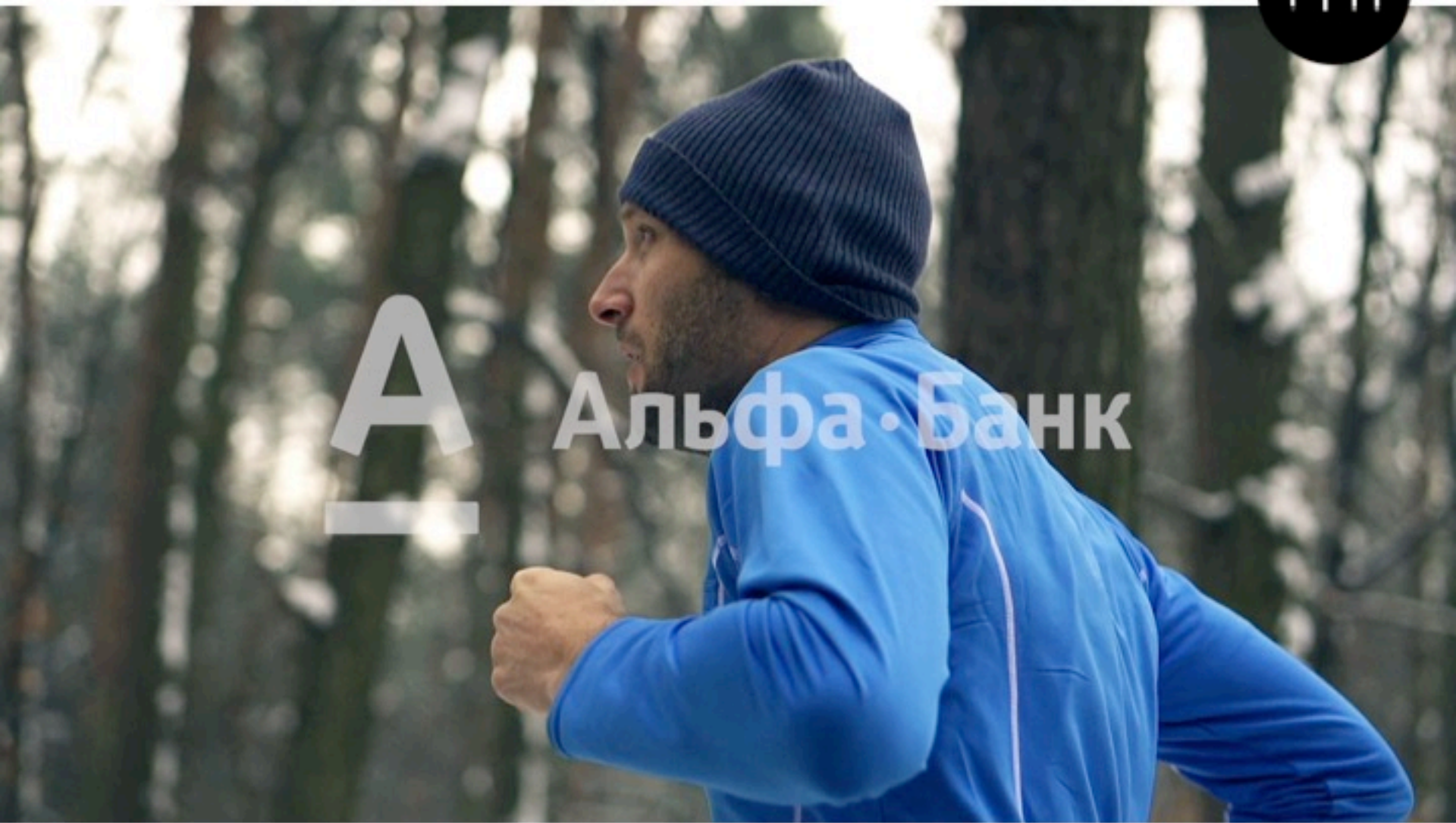


Копите





**A** Альфа·Банк







Мы одна из немногих представленных на российском рынке компаний, кто умеет не только ориентироваться в трендах, но и превращать их в новые продукты, услуги и бизнес-модели.

Мы следим за тем, что происходит в мире, и отбираем лучший контент и лучшие практики для вашего бизнеса. Отфильтровав информационный шум, мы предоставляем отборный и обдуманый контент, касающийся важнейших тенденций маркетинга, бизнеса, дизайна и инноваций. Вы получите доступ к знаниям и уникальной информации, позволяющий найти и воплотить интересные идеи и смелые инновации.

Наши клиенты и партнеры — лучшее подтверждение тому, что мы все делаем правильно: Альфа-Банк, VISA, ВТБ24, Boomstarter, МТС, Ренессанс Страхование, Castorama, Национальный платежный совет, British Higher School of Art and Design и многие другие.

Вместе с Альфа-Банком мы разработали сервис Альфа-активити, который попал в финалисты международного конкурса BAI как лучший инновационный продукт, создали и курируем первый в России курс по трендспоттингу в Британской высшей школе архитектуры и дизайна.

# Компании, с которыми мы работаем:

THI



BOOMSTARTER



PARTY



castorama

Method

VISA



R&I



british  
higher school  
of art & design

TEDx

# Обсудим?

Мария Скалкина  
+7 915 493 70 11  
[skalkina@thehingeideas.com](mailto:skalkina@thehingeideas.com)  
[www.thehingeideas.com](http://www.thehingeideas.com)



