

# 10 SKIFTEN 2010.

## De viktigaste trendförändringarna att hålla koll på inför nya året.

Det finns fyra viktiga makrotrender som pågår och har pågått en längre tid som vi alltid måste förhålla oss till när vi analyserar trender och skiften.

**1. Globalisering** – Allt rör sig fortare och fortare och efter nya mönster. Trender rör sig i nya banor där människor från olika kontinenter kan uppleva större samhörighet än människor i samma land.

**2. Individualisering** – Den amerikanske sociologen Richard Sennett sa vid något tillfälle att "idealmänniskan i det kapitalistiska systemet är en människa utan ideal". Idag är det istället status att vara unik. Du behöver inte passa in - skall inte passa in. Den teknologiska kapaciteten gör att behovet av att passa in i de stora massorna försvinner. Vi undviker beroende och begränsning och bygger livet på personliga, individuella initiativ.

**3. Teknikspridning** – Vi har gått från att vara teknikintresserade till att bli teknikorienterade. Tekniken har gått ifrån att styra till att följa och har därmed blivit en integrerad del av vår vardag.

**4. Avmaterialisering** – Pengar och prylar är fortfarande viktiga men inte på samma sätt som tidigare. Idag är det mer status att ha en livsstil som matchar de egna värderingarna eller att genom kläder, utseende och intressen visa vem du är och vad du tycker.

Dessa fyra makrotrender driver och förklarar de tio viktiga trendskiften och beteendeförändringar vi ser på trendhimlen inför 2010 och 10-talet.

## 10 skiften inför 2010 och 10-talet.

Dagens samhälle präglas av en rörelse från **ismer till ioner**. De stora ismerna har tappat i värde och ersatts av konkreta och handfasta ioner som du kan använda för att stärka ditt varumärke. Exempel: Rekommendation, Emotion, Relation, Innovation, Organisation, Konsumtion, osv. Detta är det första och viktigaste skiftet inför 2010. De tio skiftena är:

- |                          |                            |
|--------------------------|----------------------------|
| Shift<br>happens<br>2010 | 1. ism-ion                 |
|                          | 2. ikon-individ            |
|                          | 3. bränna-bjussa           |
|                          | 4. nyhet-nostalgi          |
|                          | 5. stat-stad               |
|                          | 6. lunk-lyx                |
|                          | 7. homestyling-soulstyling |
|                          | 8. beslut-bubblare         |
|                          | 9. militant-mänsklig       |
|                          | 10. info-insikt            |

Skiftena handlar bland annat om rörelsen mot ett fullt utbyggt rekommendationssamhälle där individen och sammanhanget står i centrum. Det handlar om en ny definition av lyx och nya valstrategier. Det sista skiftet, från **information till insikt** handlar om behovet av sortering och hantering av data och kunskap. I dagens tsunamivåg av information går det inte att konkurrera med mer information. Ni måste träffa hjärtat först hjärnan sen. Framtidens vinnare är de som kan nå och ge kundinsikt. Det är viktigt med insikt om hur kunderna verkligen betar sig och det är viktigt att erbjuda produkter och tjänster som inte upplevs som information utan hjälp och funktion i kundens vardag.

## Om Trendethnography AB.

Trendethnography AB är en etnografisk konsultbyrå. Vi gör det vi heter och kombinerar trend med etnografi för att översätta livsstil och beteende till affärsstrategier. Se oss som din guerillagrupp med uppdraget att skapa mening i din affär. Verkliga insikter handlar om skillnaden mellan vad människor säger och gör. Trendetnografi är kunddriven innovation/kommunikation i sin extremaste form.

### **Vår metod handlar om att:**

1. Hitta (ta sig bortanför traditionella spaningar).
2. Relatera (relatera och analysera utifrån specifik kontext).
3. Prioritera (sortera, förenkla och prioritera det som hittas).
4. Produktifiera/Implementera (skapa konkreta utvecklingsmöjligheter).

Läs mer om oss på [www.trendethnography.com](http://www.trendethnography.com) eller [www.twitter.com/Trendethno](https://www.twitter.com/Trendethno)