

Трендвотчинг как практика

Подзарядка
10 июня 2024 года

Что это такое?

Трендвотчинг (англ. дословно trendwatching — наблюдение за тенденциями) в широком смысле — это процесс систематического отслеживания трендов.

Трендвотчинг позволяет организациям предвидеть и заблаговременно реагировать на изменения: на рынках, в технологической среде и в социуме.

В мире изменений

Современный мир меняется гораздо быстрее, чем когда-либо в истории человечества. Больше всего этому способствует технологический прогресс.

Раньше у компаний могли быть в запасе целые десятилетия, чтобы успеть среагировать на перемены — сегодня же даже у лидеров в своей индустрии может не быть и года, прежде чем они будут вытеснены с рынка компаниями, растущими за счет технологических новшеств.

Необходимость адаптироваться

Реальная конкуренция между лидерами в той или иной индустрии происходит в области более изящной и быстрой адаптации к изменениям, и в том, кто лучше подстраивается под стратегические реалии или подстраивает их под свою собственную запланированную модель.

Успешных компаний или организаций, которые совершенно не меняются, не существует.

Исторические примеры

Классический пример компании, которая не сумела адаптироваться к изменениям — история взлета и падения компании Kodak.

В 1996 году Kodak занимали в Америке долю в 80,1% рынка фото- и видео-оборудования и принадлежностей.

К 2010 году эта цифра упала до 7%, но уже на рынке цифровых камер.

Исторические примеры

Компания не хотела отходить от своей старой бизнес-модели, хотя у них был один из первых в мире прототипов цифрового фотоаппарата (в 1977 году) и свой сайт для публикации цифровых фото (в 2001 году).

Запатентованная Kodak камера так и не было запущенна в производство, а сайт Kodak Gallery использовался для продажи услуг по распечатке фотографий и был продан в 2012 году, накануне банкротства компании.

Исторические примеры

Успешной в отслеживании трендов можно назвать компанию NVIDIA. Благодаря своевременной реакции на мировые тренды, когда-то узкоспециализированный производитель графических ускорителей для ПК вырос в настоящего гиганта, который обеспечивает технологическую базу для развития множества отраслей.

Сегодня технологии NVIDIA применяются в мобильных устройствах, серверах для обучения ИИ, автомобильной промышленности и в суперкомпьютерах.

Исторические примеры



2008

Растет интерес к технологии 3D, а после выхода фильма «Аватар» в 2009 году начнется настоящий бум



2008

Nvidia представляет собственную технологию Nvidia 3D Vision, использующую специальные затворные очки

Исторические примеры



2011

Активно растет рынок
мобильных устройств и
планшетов



2013

Специализированные
ARM-процессоры от
NVIDIA применяются в
устройствах от ведущих
производителей,
включая Microsoft
Surface, Google Nexus
7, HTC One X

Исторические примеры



2015

Инвесторы из США
выделили \$1 млрд
компании OpenAI для
разработки ИИ



2015

Запущена платформа
Nvidia DRIVE для
автомобильных систем
на основе ИИ, активно
развиваются
технологии на базе
нейронных сетей и
глубокого обучения

Исторические примеры



2024

Johnson & Johnson
MedTech сотрудничает с
NVIDIA для расширения
применения
искусственного
интеллекта в хирургии



Что такое тренд?

Тренд — постепенное изменение предпочтений, практик и отношения к чему-либо со стороны общества.

Любой тренд — это новый формат или механизм удовлетворения обществом своих потребностей.

Ближайший пример глобального технологического тренда сегодня — повсеместное внедрение и развитие ИИ.

Как идентифицировать тренд?



2011

Немецкие учёные
изобрели устройство
для управления
автомобилем силой
мысли



Как идентифицировать тренд?



2013

Тим Кук считает рынок носимых устройств «интересным», анонсируется большое количество фитнес-гаджетов и умных часов



Как идентифицировать тренд?



2022

Марк Цукерберг
потратил \$36 млрд на
создание
метавселенной



Как идентифицировать тренд?



2024

Компания HP запустила подписку на некоторые свои принтеры — всего за 7 долларов пользователь сможет напечатать 20 страниц в месяц.



Но будет ли эта информация релевантна именно для вас?

Источник: Trend Hunter, «2024 Trend Report», 2023.

Информационное давление

Мы оказались в положении, когда правдивость и релевантность информации становится сложно оценить в виду ее объема и неоднородности форматов. Форматы сигналов разнятся от исследований, отчетов, патентов до простых новостных публикаций и заявлений известных лиц.

Из 5,35 млрд пользователей интернета (66,2% от населения земли), чуть более 5 млрд являются пользователями социальных сетей.

Не верь всему, что слышишь

7 из 10 человек (69%) заявляют, что уверены в своих способностях выявления дезинформации, но лишь 2 из 10 (22%) смогли правильно определить характерные признаки подлинного сообщения, не допустив ошибок.

Аналогичная картина наблюдается и среди цифровых аборигенов: 74% детей в возрасте от 12 до 17 лет уверенно заявили, что могут отличить дезинформацию, но только 11% смогли подтвердить это на деле.

Пример интерпретации фактов

- Сговорились уничтожить бесценный артефакт ради политической выгоды
- Разрушили самое высокое архитектурное чудо в Средиземье
- Убили крупнейшего работодателя в Средиземье
- Сговорились привести на трон Гондора одного из своих
- Выгнали Балрога из его собственной среды обитания и безжалостно убили его
- Поставили расу ороков на грань вымирания
- Поставили кого-то лояльного к себе править Роханом
- Прославленная террористическая группа



Цель публикации ≠ результат

В некоторых случаях публикация или инфоповод могут неверно трактоваться группой людей, особенно если инфоповод не нацелен на эту группу.

Например, Байден поменял аватарку в Тик-Токе на изображение с лазерными глазами.



Цель публикации ≠ результат

Для подростков и молодежи это отсылка к Dark Brandon — популярному мему про Байдена.

Но криптоэнтузиасты оценили это изменение профиля как сигнал в поддержку криптовалют.

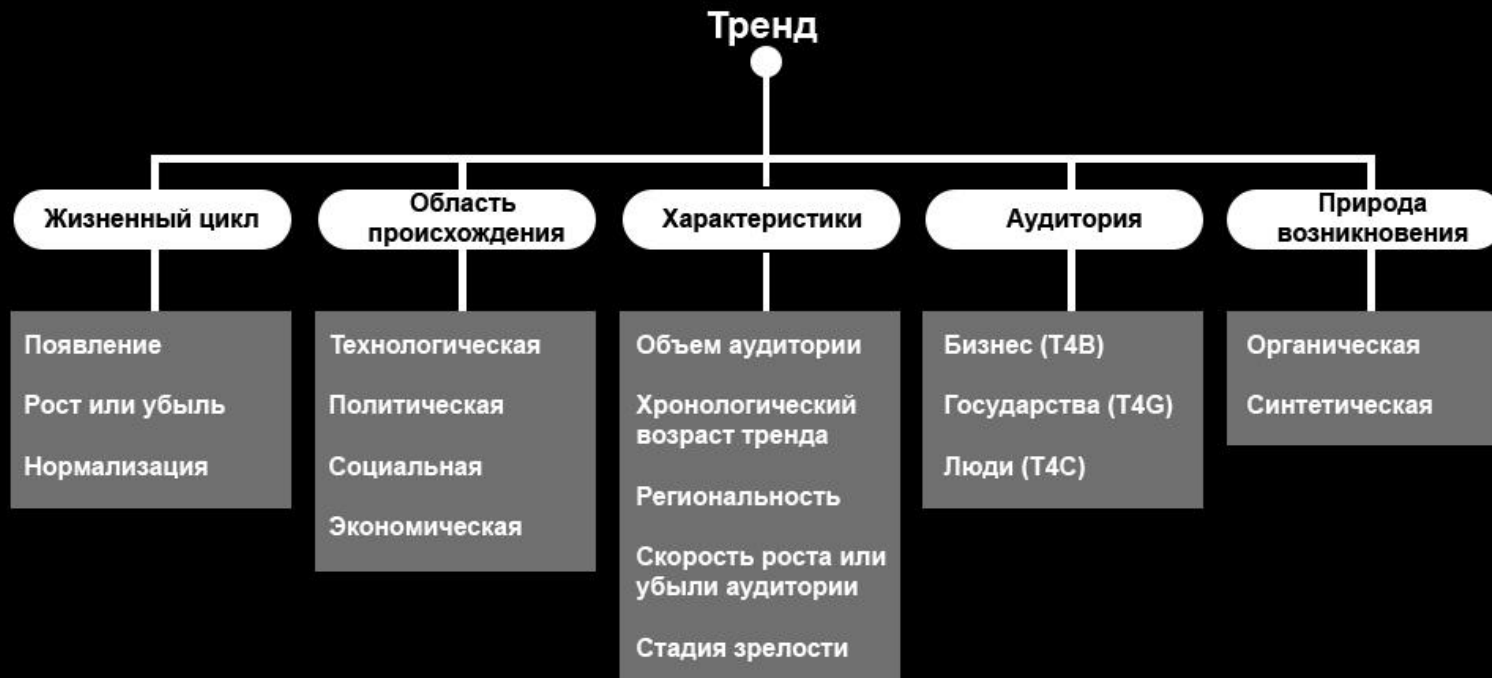


Создавайте свою методологию

Для того, чтобы не потерять себя в потоке информации и сохранить субъектность в принятии решений, необходимо активно встраиваться в мир инноваций. Это включает в себя разработку собственной методологии трендвотчинга.

Разные компании внедряют трендвотчинг для разных целей. Четкое целеполагание должно стать основой для разработки вашей собственной методологии.

Классификация трендов



Лучшие практики

- Всегда проверяйте первоисточник, отмечайте, как акторы изменяют нарратив.
- Отслеживайте взаимосвязи между акторами, их роли и пытайтесь понять их намерения.
- Оценивайте параметры инфоповодов и трендов.
- Диверсифицируйте свое инфополе.
- Не забывайте о конечной цели.