

Digital Forecasting на 2021 год

By Studio Nomad



1. Цифровые бизнес встречи могут стать постоянными

Опыт 2020 года показал, что пандемия и выход на удаленку стали толчком для развития онлайн-конференций, росту скачивания Zoom. Владельцы бизнеса не растерялись и привычные встречи стали онлайн, такие как виртуальные мероприятия, встречи, музыкальные вечера.



2. Социальные сети станут главным каналом для онлайн покупок,

а не просто каналом для просмотра ленты. Социальные медиа-платформы, такие как Facebook, облегчают потребителям переход от открытия товара, не покидая платформу, создавая простой и плавный путь к покупке. Поскольку социальная коммерция продолжает расти до 2021 года, розничным брендам придется адаптироваться к этим платформам с новыми правилами, аналогичными тому, что многие сделали с Amazon.



3. Покупатели захотят покупать товары у брендов, которые знают потребности клиента

Это означает развитие даже за пределами эпохи персонализации и вступление в эпоху личной коммерции, когда потребители совместно курируют свой опыт работы с брендами, чтобы отразить свои предпочтения в любой данный момент. Они ожидают, что бренды поймут, что они купили в прошлом, и помогут им определить, что они должны купить дальше, основываясь на всех данных, которыми они сознательно поделились с ними, взаимодействуя со своими сайтами и каналами. Дело не только в том, что бренды встречаются с потребителями там, где они есть; дело в том, что бренды говорят им, чего они хотят, когда они этого хотят. Если бренды и ритейлеры собираются продолжать собирать данные о покупателях из первых рук, они должны начать действовать осмысленно, предсказывая, что их покупатели хотят видеть дальше, и понимая, где покупатели находятся в своих циклах покупок, чтобы предсказать, когда они захотят купить.



4. Виртуальные мероприятия начались по необходимости, но будут актуальны из-за рентабельности инвестиций и доступности.

Перед лицом пандемии мероприятия стали виртуальными по необходимости. По мере продвижения к 2021 году и далее многие мероприятия будут онлайн, не только из-за сохраняющихся проблем безопасности, но и в результате уроков, извлеченных в 2020 году. Компании обнаружили, что, перейдя в онлайн, они открылись для совершенно новой аудитории, поскольку онлайн мероприятия более доступны, чем личные. Для онлайн событий визовые вопросы, ограничения на поездки и расходы не так важны, как для личных встреч, и многие компании обнаружили, что это позволяет увеличить посещаемость и участие. Это означает более низкую стоимость для большего числа людей и более высокую рентабельность инвестиций. Ключ в том, чтобы проявить творческий подход и привлечь внимание с помощью отличных динамиков, богатого контента и, конечно же, некоторого удовольствия. В 2021 году и далее онлайн мероприятия будут оставаться популярным способом взаимодействия с широкой аудиторией, поскольку компании видят множество преимуществ в онлайн.



5. Исключение каналов социальных сетей.

Многие компании начинают сокращать количество каналов социальных сетей, которые они используют для распространения и влияния, и это правильно.

При таком большом количестве доступных каналов и множестве компаний, пытающихся оставаться актуальными на всех из них, потребность в освобождении от беспорядка практически повсеместна. Сокращение каналов социальных сетей до наиболее актуальных будет не только популярным, но и необходимым.



6. Использование AR - систем в цифровом взаимодействии

Учитывая, что Facebook владеет Oculus и десятками патентов на дополненную реальность, это лишь вопрос времени, когда эксперты цифрового роста должны будут изучить и внедрить AR в цифровое взаимодействие.

Это все еще на периферии, но сейчас самое время исследовать, изучить и подумать, как можно использовать AR в текущих цифровых активах.

