



Сейчас, когда современное общество находится на этапе перехода из века информации в век воображения, брендам модной индустрии необходимо быть в курсе основных факторов, влияющих на мышление людей, и учитывать их в своей работе. Для этого важно придерживаться междисциплинарного подхода и отслеживать изменения, происходящие в обществе, политике, индустрии, сфере технологий и творчества и взаимоотношениях с окружающей средой. Это позволяет определять не только общие тренды, но и точечные запросы потребителя, такие как одежда из органического хлопка, туфли на устойчивом каблуке и т.д.

Пандемия коронавируса перевернула жизнь человечества. Потребители начали внимательнее относиться к собственному здоровью, существенно изменился рынок труда — удаленный формат работы стал нормой, возросло число сервисов доставки, увеличилась значимость цифровых технологий, которые дали людям возможность работать и поддерживать связь с близкими в период локдауна. Медицинская, экономическая и политическая системы подверглись масштабному стресс-тестированию. Изменилось и эмоциональное состояние людей: спровоцированный пандемией высокий уровень тревожности подогревают отсутствие уверенности в завтрашнем дне и климатический кризис. Пережив одну глобальную катастрофу, люди начали ощущать предчувствие следующей. Согласно Барометру доверия Эдельмана, 89% из более чем 32 тысяч опрошенных беспокоятся о возможной потере работы, 76% — об изменении климата, 74% — об инфляции, 72% — о потенциальной ядерной войне.

Человечество и раньше сталкивалось с масштабными кризисами, однако сложившаяся сегодня ситуация грозит стать поликризисом — так исследователи называют пересечение нескольких кризисов, которые усиливают друг друга.

Можно выделить шесть основных факторов, которые будут определять настроения и потребности покупателей в ближайшие годы.

1

МЕТАВСЕЛЕННАЯ
И МЕТАЭКОНОМИКА



Метавселенная, объединяющая на одной платформе физическую, дополненную и виртуальную реальности, набирает популярность, превращаясь из модного термина в обыденность и средство коммуникации и самовыражения. Ее развитие и закрепление в повседневной жизни ведет к появлению метазкономики.

2

ПОДДЕРЖКА
ЗДОРОВЬЯ



Пережив пандемию, современное общество постепенно приходит к осознанию важности физического и психологического здоровья как базовых элементов благополучия. Стремительное развитие получает экономика заботы, сосредоточенная на поддержке как работников, так и населения в целом.

3

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ
КРИЗИС



Экстремальные засухи и интенсивные осадки приводят к истощению природных запасов и вместе с тем изменяют привычный уклад. Это касается как частной жизни одного человека, так и глобальной рыночной экономики. Общество озабочено вопросами сохранения и поддержания экологических ресурсов и поиска новых источников сырья.

4

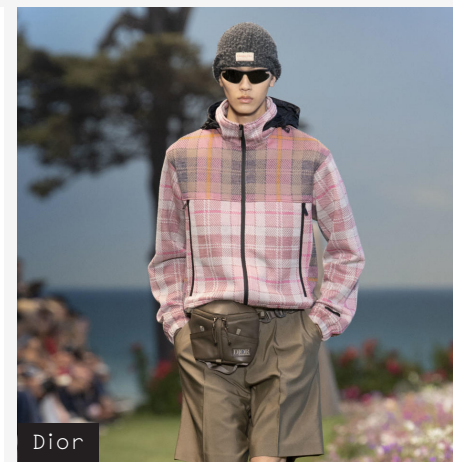
ВСЕОБЩАЯ
МОБИЛЬНОСТЬ



Миграция становится для современного человека нормой, инструментом, позволяющим улучшить жизнь и повысить уровень нравственного и физического комфорта. Общество требует лояльности и поддержки такой мобильности как от государств, так и от работодателей. Новое «Великое переселение народов» ведет к изменению политического и культурного ландшафта.

5

БАЛАНС ТРУДА
И ОТДЫХА



Массовые добровольные увольнения и, наоборот, частое отсутствие у человека финансовой возможности оставить работу приводят общество к необходимости переосмыслить старые экономические системы и найти более гармоничное соотношение между ежедневным трудом и отдыхом.

6

СИНТЕТИЧЕСКОЕ
ТВОРЧЕСТВО



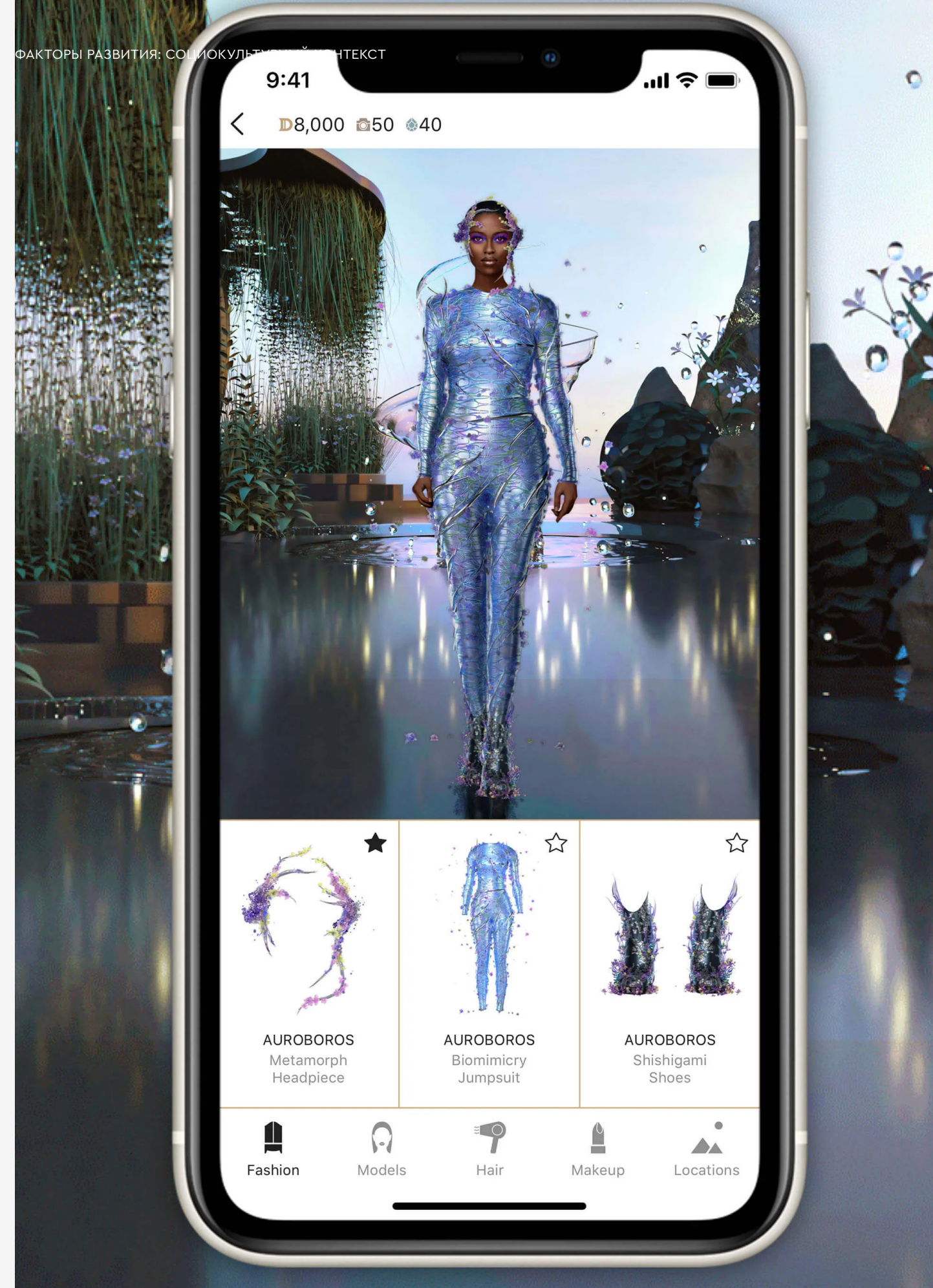
Искусственный интеллект завоевывает внимание специалистов всех отраслей — от экономистов до художников, приобретая статус универсального рабочего инструмента, который помогает воплощать идеи в проектах самых разных направлений. Нейросети расширяют возможности творчества и делают его доступным для более широкого круга людей.

Метавселенная и метаэкономика

К 2025 году метавселенная станет полноценным рабочим пространством. Ее преимущества в первую очередь оценят те, кто из-за особенностей здоровья или финансовых затруднений имеет ограничения в работе, творчестве, образовании, путешествиях и других сферах жизни. Метавселенная предложит им и всем остальным новый мир с безграничными возможностями.

Общество начнет относиться к метавселенной серьезнее и ответственнее, воспринимая ее как поле для воплощения своих идей и потребностей в творчестве и работе. В результате развитие метавселенной приведет к развитию метаэкономики, и чем раньше компании займут нишу в новом дивном мире, создавая собственные иммерсивные пространства, впечатления и товары, тем больше выгоды они получат в перспективе. В метавселенной они смогут предлагать покупателям как самостоятельные цифровые продукты, так и вещи из физической реальности, ведь у пользователей одновременно будет существовать два «я» — реальное и виртуальное.

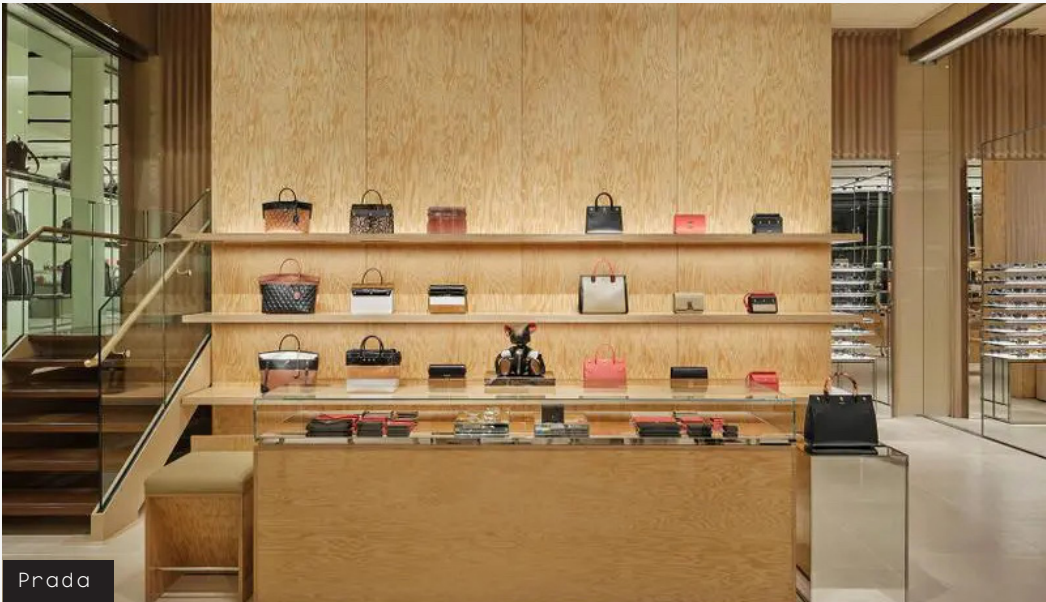
Часть потребителей будет выступать против метавселенной, сознательно выбирая привычное живое общение или боясь утечки личных данных. Другая часть погрузится в систему с головой, испытывая страх покинуть ее и что-то пропустить. Брендам нужно будет искать свой путь взаимодействия с аудиторией в двух связанных, но разных вселенных.



Новые торговые площадки открывают возможности для дизайнеров цифровой моды продавать свои модели, а для покупателей — носить их, пользуясь интерфейсом приложения.



В метавселенной компании смогут предлагать покупателям как самостоятельные цифровые продукты, так и вещи из физической реальности, ведь у пользователей одновременно будет существовать два «я» — реальное и виртуальное.





СОВЕТ

Инвестируйте в технологии

Цифровая реальность становится привычной частью повседневности человека, помогая повысить бытовой комфорт и расширить границы в коммуникации. Искусственный интеллект предлагает новые возможности для творчества, более доступные и инклюзивные, чем раньше. Технологии продолжают стирать грань между реальностью и фантазией, вдохновляя как на поиски новых способов решения глобальных проблем, таких как сохранение природных ресурсов, так и на создание легкопотребляемого информационного контента. Важно определить, какие инновации подходят идеологии вашей компании и найти свой язык в растущем цифровом беспорядке и изобилии.