TREND ONE

EXECUTIVE **DMVÖ** TRENDREPORT

11

2018

EINE AUSWAHL
AUS DEM TRENDONE TRENDEXPLORER IM NOVEMBER 2018

Im Trendexplorer können Sie die weltweit neuesten Innovationen recherchieren und sich exklusives Vorsprungswissen über die Trends Ihrer Branche sichern. Sie haben Zugriff auf über 40.000 Micro-Trends sowie das Trenduniversum 2021.

Besuchen Sie www.trendexplorer.com und entdecken Sie über 40.000 Micro-Trends.

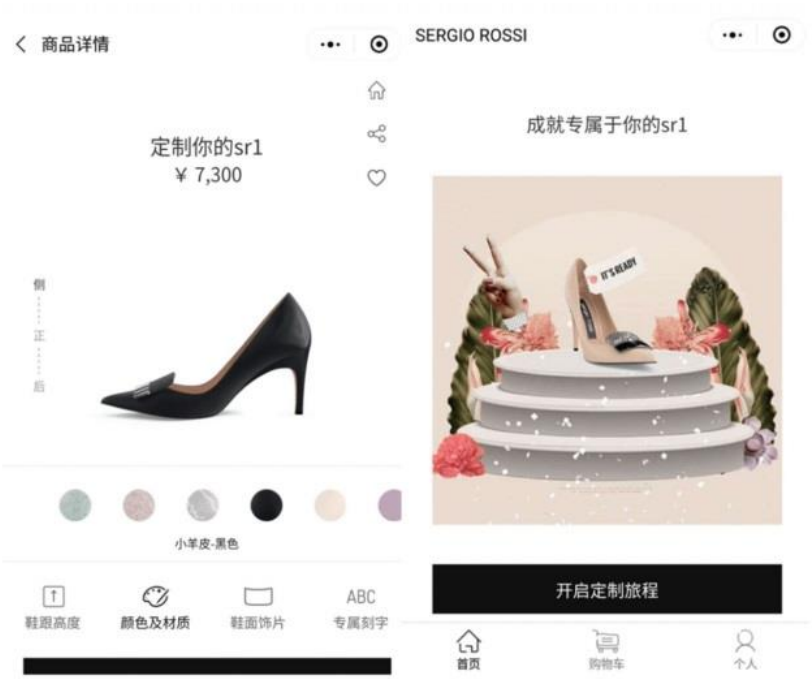
PERSONALISIERTES LAUNCH-EVENT MIT WECHAT-ID

Beim Launch der exklusiven Herrenkollektion XXX von Zegna in Schanghai konnten eingeladene Gäste ihre WeChat-ID für digitale und physische Erlebnisse während des Events nutzen. Bereits die digitalen Einladungen enthielten einen QR-Code, bei dessen Scan am Empfang die Gäste ein Lederarmband erhielten, das mit einem Mikrochip ausgestattet war. Dieses Armband wurde mit der jeweiligen WeChat-ID verbunden, um Aktionen wie grafische LED-Installationen, Fotomomente und Videoaufnahmen zu personalisieren und abzuspeichern. Die jeweiligen Aktivitäten resultierten außerdem in personalisierten, direkt bestellbaren Produktempfehlungen.

https://mp.weixin.qq.com

Ermenegildo Zegna Holditalia S.p.A., China

LUXUSSCHUHE PER WECHAT PERSONALISIEREN



Der italienische Damenschuhhersteller Sergio Rossi hat in China eine Kampagne auf WeChat gelauncht, bei der Schuhmodelle bis ins Detail personalisiert und bestellt werden können. Dafür wurde ein WeChat-Miniprogramm entwickelt, das es Kunden ermöglicht, ein Erklärvideo zum Service anzuschauen, einen individuellen Schuh zu gestalten und zu kaufen. Hierbei lassen sich das Material, die Farbe, die Absatzhöhe und die Applikationen auswählen. Die Kunden können währenddessen in Echtzeit sehen, wie sich ihre Wahl auf den Preis auswirkt. Per 360-Grad-Ansicht können sie das Modell genau inspizieren, bevor sie es ohne Rückgaberecht erwerben.

https://mp.weixin.qq.com

Sergio Rossi S.p.A., China

CHATBOT REKRUTIERT PRODUKTTESTER

Gap hat den Chatbot „Hill City“ gelauncht, um eine Community von Testern für die erste Kollektion der Athleisure-Marke „Hill City“ zu rekrutieren. Männer, die daran interessiert sind, Testprodukte als Geschenk zu erhalten, können sich über den Chatbot auf Facebook oder Twitter für das „Wear-Tester-Programm“ bewerben, indem sie dem Chatbot ihre täglichen Aktivitäten und Kleidungsvorlieben mitteilen. Jeder Bewerber, der in das Programm aufgenommen wird, soll als Gegenleistung für kostenlose Produkte Feedback zur Passform und zum Design geben, sodass Gap die Produkte weiter optimieren kann.

https://corporate.gapinc.com

GAP Inc., USA

DYNAMISCHE WERBUNG LOCKT DANK KI LADENKUNDEN AN

Die Fast-Food-Kette Subway hat mit Hilfe künstlicher Intelligenz die Zahl der Besucher in ihren Filialen um 31 Prozent erhöht. Dabei machte sie von IBMs Supercomputer Watson und dessen neuer Funktion „Weatherfx Footfall“ Gebrauch. Auf der Basis von in Echtzeit bezogenen Wetterdaten werden nun Passanten in der Umgebung einzelner Filialen mit Hilfe dynamischer Werbung erreicht und auf die Sonderangebote von Subway aufmerksam gemacht. Die Kette verwendet zudem IBMs Plattform „MetroPulse“, um für die jeweiligen Filialen Einblicke in die Demografie ihrer Nachbarschaft zu generieren.

https://newsroom.ibm.com

International Business Machines Corp., USA

INTERAKTIVE HAARPFLEGEPRODUKTE FÜR HERREN

Der dänische Anbieter von Haarpflegeprodukten für Herren Slikhaar hat angekündigt, in Kooperation mit dem Anbieter von NFC-Lösungen Thinfilm eine interaktive Produktserie herauszubringen. Die für die Marke By Vilain konzipierte Lösung sieht vor, dass die Produkte mit NFC-Tags versehen und mit Thinfilms Cloud-Plattform CNECT verknüpft werden. Im Zuge dessen werden Kunden, die ihr Smartphone an die Pflegeprodukte halten, in den Genuss von digitalen Inhalten wie Produkttutorials und Modetrends auf dem YouTube-Kanal „Slikhaar TV“ kommen. Ferner erhalten sie Zugang zur Slikhaar-Community und können die Produkte online kaufen.

https://www.thinfilmnfc.com

Thin Film Electronics ASA, Dänemark

EINKAUFSBUMMEL PER APP

Das britische Start-up Shopest verbindet physische Geschäfte mit Einkäufern in der Umgebung, die die Sortimente der Geschäfte wie in einem Onlineshop durchsuchen können. Der Service ist nun in London und Berlin verfügbar, wobei die Nutzer per Smartphone die teilnehmenden Läden mit Beschreibung, Karte und Fotos einsehen oder nach Produkten filtern können. Dabei werden die vom Nutzer festgelegte Distanz zu seinem aktuellen Standort sowie der Preis und das Geschlecht berücksichtigt. Interessante Produkte lassen sich auf Wunsch reservieren und können dann direkt im Laden anprobiert und gekauft werden.

https://shopestapp.com

Shopest UK Ltd., Großbritannien

ABOSERVICE PRÄSENTIERT SICH PER FACEBOOK-LIVESTREAM

Das US-amerikanische Start-up FabFitFun, das seinen Kunden vierteljährliche Aboboxen zu unterschiedlichen Themenbereichen wie Sport oder auch Haushaltswaren anbietet, präsentiert nun per Facebook-Livestream Produkte sowie Do-it-yourself-Projekte zu verschiedenen Themen. Die Livestreams sollen das Magazin ergänzen, das zusammen mit jeder FabFitFun-Box verschickt wird. FabFitFun erhofft sich, durch die interaktiven Inhalte die Community weiter aufzubauen, neue Abonnenten zu erreichen und dank des Feedbacks der Zuschauer die Produktauswahl verbessern zu können.

https://fabfitfun.com

FabFitFun, USA

RABATT IM RESTAURANT JE NACH INSTAGRAM-FOLLOWERN

Das Mailänder Sushirestaurant This is not a Sushibar bietet seinen Gästen Rabatte an, deren Höhe sich nach der Anzahl ihrer Instagram-Follower richtet. Dafür machen die Gäste ein Foto von einem Gericht, das sie bestellt haben, und posten es auf Instagram zusammen mit dem Hashtag des Restaurants. Basierend auf der Anzahl der Instagram-Follower bekommen die Gäste dann die nächsten Gerichte gratis. Bei 1000 bis 5000 Followern etwa bekommt der Gast ein kostenloses Sushi- oder Sashimi-Gericht, bei bis zu 10.000 Followern zwei Gerichte, bei bis zu 50.000 Followern vier Gerichte, und bei über 100.000 Followern darf er so viel essen, wie er möchte.

https://www.telegraph.co.uk

This is not a Sushibar, Italien

BEZAHL-APP LEITET DURCH DAS OKTOBERFEST

Die chinesische Bezahlplattform Alipay bietet ihren Kunden einen In-App-Guide zum Oktoberfest an, der von lokalen Bezahlfunktionen begleitet wird und so die Wartezeiten für chinesische Besucher reduzieren soll. Einkäufe, die über die Alipay-App getätigt werden, erleichtern auch sofortige Steuererstattungen und das Vergleichen von Wechselkursen. Der mobile Reiseführer enthält eine interaktive Karte mit Attraktionen des Oktoberfests sowie Informationen zur deutschen Kultur und den bayerischen Gepflogenheiten. So können die Besucher etwa erfahren, wie sie mit Maßkrügen gekonnt anstoßen und wo sie auf der Wiesn Fotos aufnehmen dürfen.

https://www.alizila.com

Alibaba Group Holding Ltd., China

EINKAUFSTÜTE ERHÖHT REGISTRIERUNG

Amazon hat sich mit Verizon zusammengetan und Einkaufstüten kreiert, bei deren Scan die Nutzer zum Angebot des Telekommunikationsanbieters weitergeleitet werden. Die Tüten werden für die Auslieferung von Lebensmitteln und anderen Produkten an Amazon-Prime-Mitglieder verwendet. Wird der aufgedruckte QR-Code mit dem Smartphone gescannt, werden die Kunden zu einer Amazon-Website weitergeleitet. Dort können sie sich für den gebündelten Internetzugang „Fios“ von Verizon anmelden. Beim Abruf der Verfügbarkeit in ihrer Umgebung erhalten sie automatisch einen Amazon-Gutschein im Wert von fünf US-Dollar.

https://www.amazon.com

Verizon Communications Inc., USA

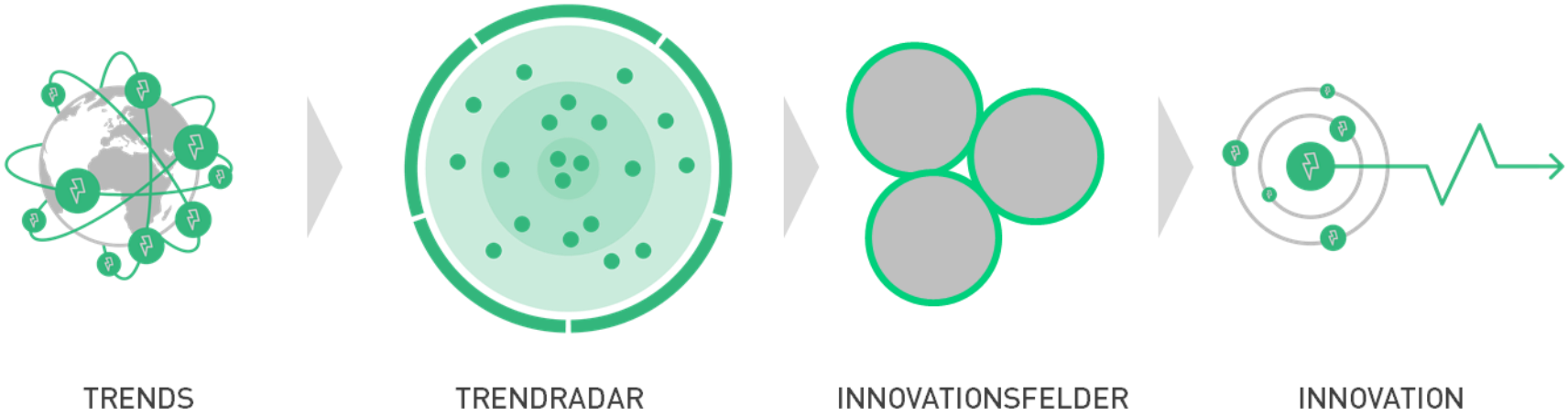
Arbeiten mit Trends im Innovationsmanagement

Produkt- und Innovationsmanagern wird einiges abverlangt.

Sie sollen die Aufgaben des klassischen Innovationsprozesses von der Problemstellung zum Prototyping übernehmen, darüber hinaus Markt- und Trendforschung betreiben, im gesamten Unternehmen gelebte Innovationskultur etablieren oder Kooperationen mit Start-ups aufbauen. Das ist eine lange Liste an Tasks bei gleichzeitiger hoher Erwartung an oft neu etablierte kleine Innovationsteams.

Vor diesem Hintergrund möchten wir von TRENDONE die Arbeit der Innovationsmanager erheblich erleichtern.

Unser Framework zur Systematisierung der Arbeit mit Trends soll nicht nur Zeit und Mühe sparen, sondern vor allem zu einem selbstsicheren Mindset führen. Wir wollen Sie dabei unterstützen, den Grundstein für Innovationen zu legen.



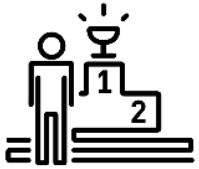
Erfahren Sie mehr:
go.trendone.com/INNOMGMNT

TRENDONE TREND SERVICES
CREATING FUTURE FOR YOUR BUSINESS

TRENDONE ist davon überzeugt, dass sich der große Wandel stets im Kleinen andeutet und Innovationen an Schnittstellen zwischen Menschen, Märkten, Technologien und Unternehmen entstehen.

Weltweit sind 80 Trendscouts für uns auf der Suche nach "Signalen" - kleine Anzeichen, die auf größere Entwicklungen hindeuten - Micro-Trends, die Basis unserer Arbeit. Dies können neue Marketing- und Mediainnovationen, intelligente Technologien, richtungsweisende Produkte oder erfolgreiche Start-ups sein.
Wir veröffentlichen alle Micro-Trends in den Trend Services. Sie geben einen Überblick über alle wesentliche Trends und Entwicklungen für Ihre Branche. Nutzen Sie die Trendreports und den Trendexplorer als Informations- und Inspirationsquelle.

INSPIRATION
Inspirieren Sie sich selbst, Ihre Kollegen und Kunden!



VORSPRUNGSWISSEN
Erfahren Sie als erstes von neuen Trends und Innovationen und nutzen Sie Ihren Wissensvorsprung!

IHRE INNOVATIONEN
Kombinieren und adaptieren Sie Trends aus verschiedenen Branchen und erschaffen Sie neue Produkte!

MÄRKTE BEOBACHTEN
Behalten Sie Ihren Wettbewerber und Ihre Branche im Blick!

TRENDONE

Hamburg

TRENDONE GmbH

Gasstraße 2
22761 Hamburg
Deutschland

Tel. +49 40 52 67 78 0
Fax +49 40 52 67 78 36

info@trendone.com

Berlin

TRENDONE GmbH

Brunnenstraße 37
10115 Berlin
Deutschland

Tel. +49 30 50 91 48 56
Fax +49 30 50 91 48 60

info@trendone.com

Wien

TRENDONE GmbH

Spittelberggasse 3/6
1070 Wien
Österreich

Tel. +43 1 52 30 50 0
Fax +43 1 52 30 50 015

info@trendone.com

Zürich

TRENDONE GmbH

Thurgauerstraße 74
8050 Zürich
Schweiz

Tel. +41 79 607 12 87

info@trendone.com

BLOG.TRENDONE.COM · WWW.TRENDONE.COM · WWW.TRENDEXPLORER.COM · WWW.FACEBOOK.COM/TRENDONE · WWW.TWITTER.COM/TRENDONE

DISCLAIMER COPYRIGHT 2018 Alle Rechte vorbehalten.
Die in dieser Präsentation dokumentierten Trends und Thesen sind geistiges Eigentum der TRENDONE GmbH und unterliegen den geltenden Urhebergesetzen.
Die verwendeten Bilder dienen lediglich Research- und Illustrationszwecken. Sie stehen nicht zur Publikation frei.