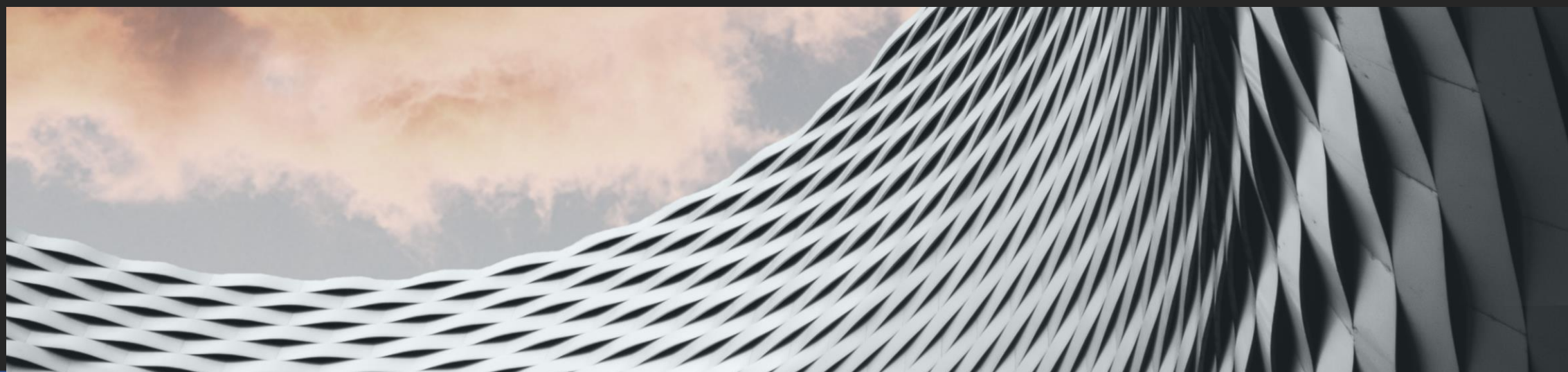
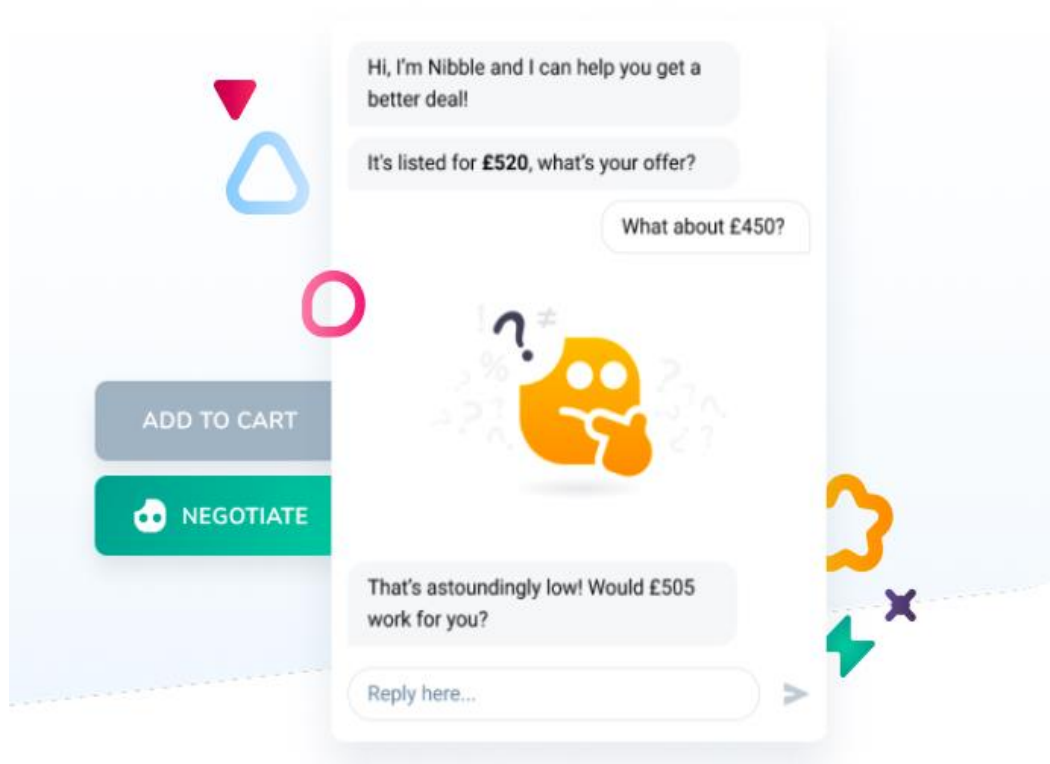


EXECUTIVE

TRENDREPORT / DMVÖ

06/2022



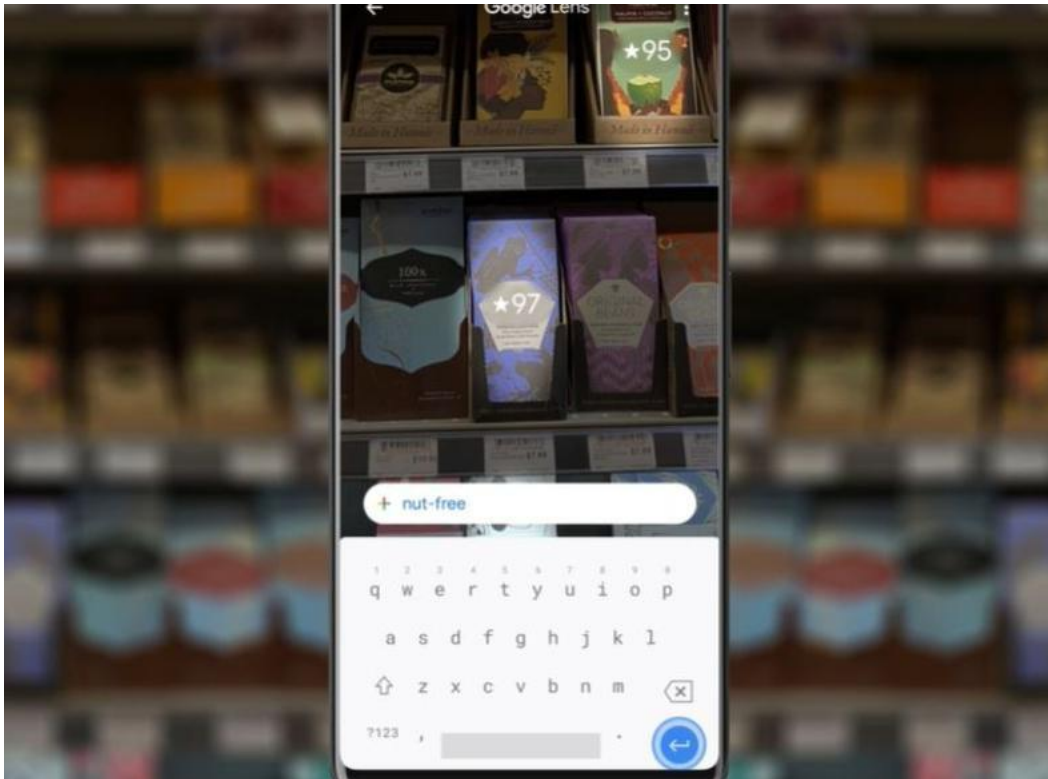


KI-CHATBOT ÜBERNIMMT E-COMMERCE-VERHANDLUNGEN

Nibble Technology hat einen KI-basierten E-Commerce-Chatbot entwickelt, der eine angenehme personalisierte Verbindung zwischen Kund:innen und Einzelhändler:innen herstellt, indem er Angebote für ihre Einkäufe aushandelt. Der Chatbot kann in Shopify integriert werden, sodass Kund:innen ein Angebot für ein Produkt machen können, während sie Produktseiten durchstöbern. Der schnelle Verhandlungsprozess ermöglicht es Kund:innen, in weniger als einer Minute ein Geschäft abzuschließen. Zudem bietet die App Circular-Economy-Unternehmen und B-Corporations Gebühren zum halben Preis an, um ihre nachhaltigen Geschäftspraktiken zu unterstützen.

SOURCE: <https://www.nibbletechnology.com>
INITIATOR: Nibble Technology , Vereinigtes Königreich





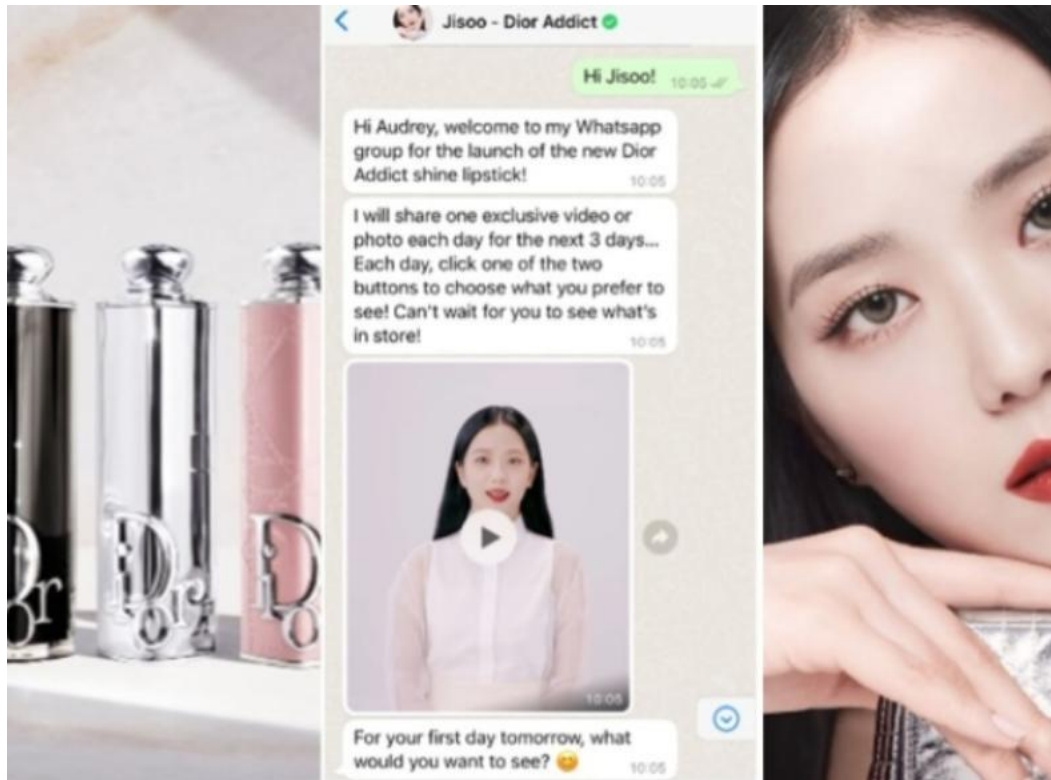
INFORMATIONSSUCHE PER FOTO

Der Technologiekonzern Google hat seine Fotosuchfunktion Lens um einige Funktionen erweitert. So können Nutzer:innen beispielsweise per "Szenenerkundung" im Supermarkt ihre Kamera über das Warenangebot schwenken und dann einen Suchbegriff über die Objekte vor ihnen eingeben. Dabei werden ihnen beispielsweise Informationen über die Inhaltsstoffe der Produkte angezeigt. Ein weiterer Modus mit der Bezeichnung "In der Nähe" ermöglicht es Nutzer:innen, ein Foto von einem Objekt zu machen und dann Ergebnisse in der Nähe zu finden. So können sie beispielsweise mit dem Foto eines Gerichts nach Restaurants suchen, die dieses bestimmte Essen anbieten.

SOURCE: <https://blog.google>

INITIATOR: Google Inc., Vereinigte Staaten von Amerika





INFLUENCERIN WIRBT PER CHATBOTS FÜR LIPPENSTIFTE

Christian Dior hat eine WhatsApp-Kampagne durchgeführt, bei der die Markenbotschafterin Jisoo für Dior-Lippenstifte mithilfe von Chatbots warb. Insgesamt 9,6 Millionen Instagram-Follower:innen der K-Pop-Sängerin wurden eingeladen, sich für die Gruppe anzumelden und auszuwählen, welche Art von Inhalten sie erhalten möchten. Die Kampagne wurde mithilfe der WhatsApp Business-Lösung von Infobip umgesetzt. Sie ermöglichte es Dior, Chatbots einzusetzen, um automatisierte Konversationen mit Jisoo zu simulieren. Dabei wurden Bilder, Videos, Dateien, Weblinks, Audiodateien und Schaltflächen eingesetzt, um die Kundenbindung zu stärken.



SOURCE: <https://www.pressebox.de>

INITIATOR: Christian Dior S.A., Frankreich

GoGoEnergy is starting a Branded Mission now! Join the mission and shoot videos based on the requirement for the chance to get cash payment and boosted traffic.


Start redeeming rewards now!

The progress bar represents the % of rewards already redeemed by creators.

0%

Mission details Submissions

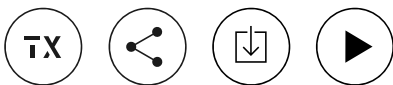
Example videos

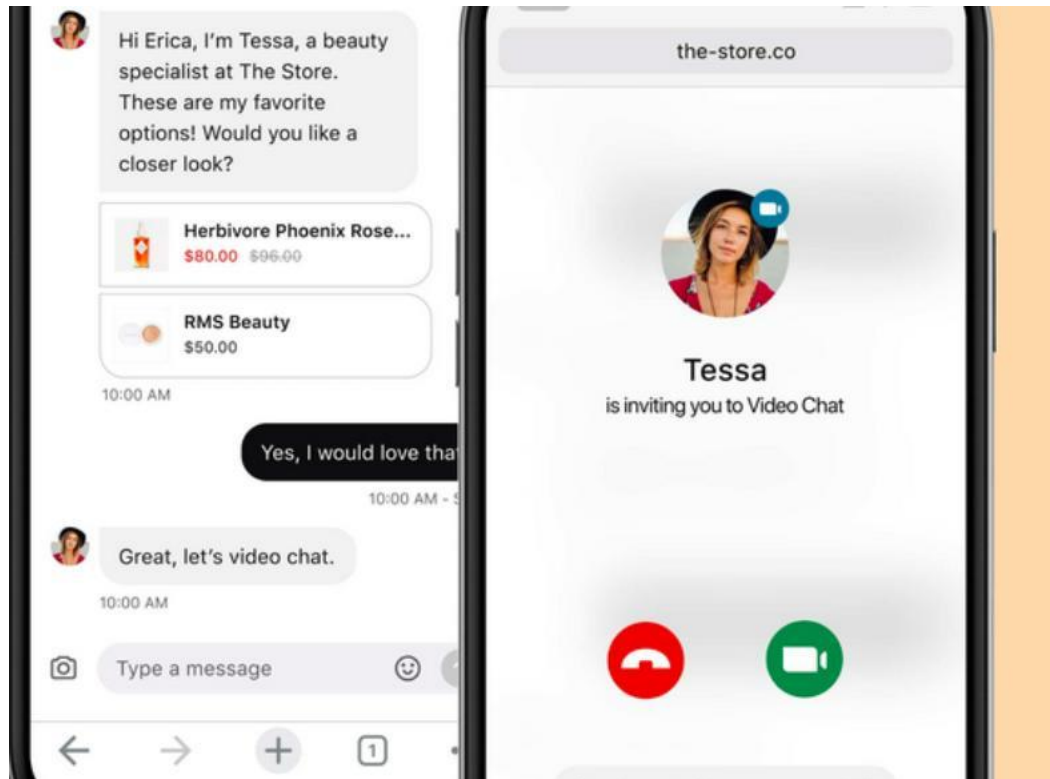


CROWDSOURCING VON TIKTOK-WERBEINHALTEN

TikTok hat die Werbelösung "Branded Mission" lanciert, die Marken verwenden können, um Creator:innen zur Teilnahme an Kampagnen einzuladen. Das Tool soll ihnen dabei helfen, authentische Markeninhalte zu generieren. Dazu wird eine Kurzdarstellung der Kampagne mit der Creator:innen-Community geteilt. Teilnehmende Creator:innen können dem Briefing folgen und passende Kurzvideos erstellen. Die Marken wählen die kreativsten Videos aus und verwenden sie für bezahlte TikTok-Anzeigen. Volljährige Creator:innen mit über 1000 Follower:innen, die bei "Branded Mission" mitmachen, sollen von der Beteiligung an Werbeeinnahmen profitieren.

SOURCE: <https://newsroom.tiktok.com>
 INITIATOR: Beijing ByteDance Technology Ltd., China





ZAHLUNGSDIENST MIT VIRTUAL-SHOPPING-FUNKTION

Der schwedische Zahlungsdienst Klarna startet ein Virtual-Shopping-Angebot, bei dem sich Kund:innen per Live-Chat und Videoanruf von Expert:innen in Ladengeschäften beraten lassen können. Dazu besuchen sie die Klarna-Seite einer Marke und klicken auf das Chat-Icon. Mitarbeiter:innen in Geschäften erhalten mit der Klarna-Store-App die Möglichkeit, Fotos und Videos von Artikeln zu teilen und direkt aus dem Geschäft oder aus einem sogenannten Dark-Store Produkte vorzuführen. Nutzer:innen der Klarna-App soll so ein personalisiertes Shopperlebnis ermöglicht werden. Das soll auch zur Senkung der Retourenquote beitragen.



SOURCE: <https://www.klarna.com>
 INITIATOR: Klarna AB, Schweden



Give credit to a video

- @ Mention a video in your description
- 💡 Give credit to videos that inspired you
- 🔔 Creators will be notified when you mention their videos



CREDITS FÜR TRENDSETTER:INNEN AUF TIKTOK

TikTok hat eine Funktion lanciert, mit der das Unternehmen Nutzer:innen dazu auffordert, anderen Urheber:innen, die sie zu ihren Beiträgen inspiriert haben, die entsprechende Anerkennung zu geben. Eine neue Schaltfläche, die in den nächsten Wochen eingeführt wird, soll es ermöglichen, ein Video in der Beschreibung zu markieren und den/die TikToker:in zu würdigen. Die Nutzer:innen werden auch benachrichtigt, wenn eines ihrer Videos auf diese Weise gekennzeichnet wird. Die Plattform reagiert damit auf zunehmende Kritik wegen fehlender Namensnennungen der ursprünglichen Initiator:innen, deren Videos viral gingen und Trends auslösten.

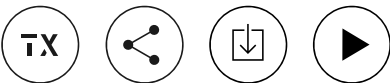
SOURCE: <https://newsroom.tiktok.com>

INITIATOR: Beijing ByteDance Technologies Ltd., Vereinigte Staaten von Amerika



VIRTUELLE INFLUENCERIN MIT DOWN-SYNDROM

Die Organisation Down Syndrome International (DSI) hat in Zusammenarbeit mit der Agentur Forsman & Bodenfors die virtuelle Influencerin "Kami" mit Down-Syndrom erschaffen. Das Projekt soll die Online-Darstellung von Menschen mit Behinderungen verbessern und für mehr Vielfalt sorgen. Um sicherzustellen, dass "Kami" ein authentisches Abbild echter Frauen mit Down-Syndrom ist, orientierte sich das Team an mehr als 100 Frauen aus dem weltweiten DSI-Netzwerk, die dem virtuellen Modell als Vorbild dienen. "Kami" hat einen eigenen Instagram-Account, "@itskamisworld", auf dem sie Details aus ihrem täglichen Leben teilen wird.



SOURCE: <https://www.ds-int.org>

INITIATOR: Forsman & Bodenfors Singapore, Vereinigtes Königreich



VIRTUELLES KASSENSYSTEM FÜR RESTAURANTKETTEN

Die kanadische Restaurantkette Freshii testet das virtuelle Kassensystem namens Percy in einigen seiner Filialen. Näheren sich Kund:innen der Kasse, geht das Display über der Kasse automatisch an und verbindet die Kund:innen mit Percy-Mitarbeiter:innen, die ein Headset tragen und die Bestellung entgegennehmen. Im Gegensatz zu den Freshii-Mitarbeiter:innen, die die Gerichte zubereiten und die Böden wischen, nehmen die "virtuellen" Mitarbeiter:innen die Bestellungen in einem Callcenter in Nicaragua entgegen, wo sie mit 3,75 Dollar pro Stunde weit weniger als den Mindestlohn in Ontario verdienen.

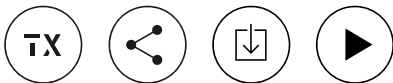
SOURCE: <https://www.thestar.com>
INITIATOR: Freshii Inc., Kanada





3D-UMGEBUNG LÄSST UM DUTY-FREE-KOSMETIK SPIELEN

Die Kosmetikmarke Nars hat die 3D-Umgebung "NONSTOP NARS Virtual World" kreiert, um Reisende am Flughafen Hainan spielerisch Produkte entdecken zu lassen. Kund:innen von China Duty Free registrieren sich zunächst und erstellen einen "Navatar", indem sie sich vom "Look Book" inspirieren lassen. Der personalisierte "Navatar" begrüßt sie dann am Startpunkt des virtuellen Erlebnisses und begleitet sie zu den Zonen Nonstop Community, Nonstop Discovery und Nonstop Play. Nutzer:innen können hier Reiseprodukte entdecken, in Interaktion mit der virtuellen und physischen Welt "Ncoin" verdienen und sie dann bei China Duty Free gegen Proben eintauschen.



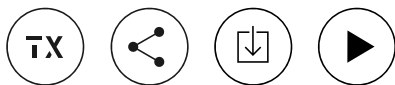
SOURCE: <https://www.dutyfreehunter.com>

INITIATOR: Shiseido Co. Ltd., China



BOT ÜBERSETZT GAMING-CHATS IN GEBÄRDENSPRACHE

Die Biermarke Pilsen Callao will Gaming für gehörlose Spieler:innen inklusiver machen, indem sie Chats in Gebärdensprache übersetzt. Das Tool "E-nterpreters" soll es gehörlosen Gamer:innen ermöglichen, sich leichter mit Mitspieler:innen auszutauschen. Dafür entwickelte die Marke einen Bot auf Discord, der Gespräche in Gebärdensprache übersetzt, die von einem Avatar vermittelt werden. Der Bot kann mit jedem Spiel verwendet werden, das Discord als Kommunikationsplattform unterstützt, einschließlich Call of Duty, Fortnite und Dota. Zudem ist er quelloffen und kann in YouTube, Twitch-Streaming und Metaverse-Plattformen integriert werden kann.



SOURCE: <https://adage.com>

INITIATOR: Anheuser-Busch InBev SA/NV, Peru



HAMBURG OFFICE

GASSTRASSE 2
22761 HAMBURG
DEUTSCHLAND

TELEFON

+49 40 52 67 78 0

FAX

+49 40 52 67 78 36



BERLIN OFFICE

BRUNNENSTRASSE 37
10115 BERLIN
DEUTSCHLAND

TELEFON

+49 30 50 91 48 56

FAX

+49 40 52 67 78 36



WIEN OFFICE

C/O KAPSCH/EVOLARIS
LEHRBACHGASSE 11, 1120 WIEN
ÖSTERREICH

TELEFON

+49 40 52 67 78 0

FAX

+49 40 52 67 78 36



ZÜRICH OFFICE

KANZLEISTRASSE 53
8004 ZÜRICH
SCHWEIZ

TELEFON

+41 79 607 12 87

UNSERE AUSZEICHNUNGEN:



Deutsches Institut für
Erfindungswesen

Innovator des Jahres
i2018 INNOVATOR
DES JAHRES

Innovator des Jahres
i2019 INNOVATOR
DES JAHRES

Deutschland
Land der Ideen



WWW.TRENDONE.COM | WWW.TRENDEXPLORER.COM | WWW.TRENDMANAGER.COM | BLOG.TRENDONE.COM | WWW.FACEBOOK.COM/TRENDONE | WWW.TWITTER.COM/TRENDONE