

ESCRITO EN EL AIRE

DETRÁS DE SU APARENTE
EXCENTRICIDAD, CADA TENDENCIA
ENCIERRA UNA OPORTUNIDAD

SEGÚN LA FIRMA HOLANDESA ESPECIALISTA EN TENDENCIAS GLOBALES
DE CONSUMO, 2011 SERÁ OTRO AÑO “INTERESANTE”

RECESIÓN GLOBAL Y CONSECUENCIAS
LAS EMPRESAS COMO LOS CONSUMIDORES BUSCAN OPORTUNIDADES
LOS CONSUMIDORES MÁS ABIERTOS A LAS INNOVACIONES QUE LES PERMITAN
AHORRAR
PERO TAMBIÉN DISPUESTOS A DISFRUTAR Y DIVERTIRSE

10 TENDENCIAS PARA EL 2011



- **1. Adiós al “Business as usual”**
Por primera vez con cierta sensación de urgencia, la sostenibilidad -en su sentido más amplio y en todas sus manifestaciones- se instala , en el eje de las expectativas.

10 TENDENCIAS PARA EL 2011



- **2. La cultura urbana es "la" cultura.**

Un siglo atrás, menos del 5 % de la población mundial vivía en ciudades. En 2008, por primera vez en la historia, esa cifra excedió el 50 por ciento.

Y, según el "Global Report on Human Settlements 2009" de las Naciones Unidas, en el 2050 alcanzará el 70 por ciento (el 63, en Asia!). Consecuencia: aumentará el nivel de exigencia de un número también creciente de consumidores.

10 TENDENCIAS PARA EL 2011



- **3. Crítica en tiempo real.**

La instantaneidad hace tiempo se consagró como mega tendencia, igual que la colaboración, las redes y la transparencia y sus derivados: los comentarios, las recomendaciones, la conversación real y constante sobre marcas, productos, empresas.

10 TENDENCIAS PARA EL 2011



- **4. El Flujo del Lujo.**

El significado del lujo se reescribe a medida que se multiplican los segmentos de clientes. ¿Cómo se definirá el lujo? "El lujo será lo que usted quiera que sea." Porque lo lujoso se asocia con lo escaso y el significado de escasez depende de quién lo define..

10 TENDENCIAS PARA EL 2011

- **5. Encuentros masivos.**

Contra el pronóstico de un futuro de aislamiento, virtualidad y encierro, la misma gente que "vive" mucho tiempo online socializa, comparte, se reúne en el mundo real, se conecta de manera ubicua, integrando en uno los mundos online y offline. Porque el motor de los medios sociales es la gente, no la información.



10 TENDENCIAS PARA EL 2011

- **6. Cada vez es más fácil ser "verde" .**



La presión en la Conferencia sobre Cambio Climático en Copenhague, en las postrimerías de 2009, fue un ejemplo. Las buenas intenciones no alcanzan, se demanda acción. Desde la política pública al acto individual, pasando por la responsabilidad empresaria.

10 TENDENCIAS PARA EL 2011



- **7. El seguimiento y el control son el nuevo fenómeno de internet.**

Ahorra tiempo cuando es relevante

10 TENDENCIAS PARA EL 2011



- **8. La generosidad como valor.**

La filantropía, el altruismo, la colaboración están de moda; si se invita al cliente a co-donar o co-decidir el destino de su aportación, mayor será la respuesta.

10 TENDENCIAS PARA EL 2011



- **9.¿Es éste mi perfil?**
Producto del auge de los medios sociales, disponer y sacar provecho de los perfiles personales de los consumidores se ha convertido en un activo deseable para los “marketineros”.

10 TENDENCIAS PARA EL 2011



- **10. Madurez naturalista.**

El 2010 aparece como un año osado, extrovertido, áspero, francamente directo. El público consumidor puede procesar innovaciones extravagantes, gustos exóticos, ideas fuera de lo común, opciones que no figuraban en la agenda del marketing tradicional. En síntesis, los consumidores maduraron y no toleran que se los siga tratando como obvios consumidores. Quieren sentirse en los "extremos".

Te miraban raro. Nadie creía en tus **ideas**.
Te decían que terminarías cambiando.
Que estabas en la **luna**
Que la realidad te devolvería a la tierra.

Ahora, estás en la tierra.

Has **aterrizado** y lo has hecho con tus **ideas**.
Ideas convertidas en **proyectos**, en **empresas**.
Ideas que generan desarrollo económico y social.

Has aterrizado y lo has hecho con fuerza.
Pero recuerda, nunca dejes de **volar**.

Emprenem
junts. 

www.ceei-alcoy.com

Muchas gracias

info@ceei-alcoy.com

965 541 666