

Fremtidens ustyrlige forbrugere

Anne-Marie Dahl
Fremtidsforsker,
cand.scient.pol., sidefag i psykologi
www.futura.dk
dahl@futura.dk

**Hvis man havde
spurg
t kunderne
hvad de \emptyset nskede
sig, havde de sagt
-en hurtigere
hest,**

Henry Ford 1905

Ny samfundslogik

- Industrisamfund: Muskler, rutine, finde sin plads, også i lokalsamfund
- Informationssamfund: Analyse og skarp hjerne, fitte i systemer og infrastruktur
- Innovationssamfund: kreativitet, empati, regne den ud i samspillet, vælge med hjertet!

Individualisering

- Alt er på valg!
- Individualismens ekstreme højdepunkt
- Situider

Fra kernefamilie til netværksfamilie

- Familie vælges og tilrettelægges
- Den funktionstømte familie
- Størrelse og sammensætning - nye familiemedlemmer

Børn og familielykke

- Børn som "lim" - projekt
BARN – emotionel
fokusering
- En luksus vare! -
Ønskebørn, trofæ-børn,
curlingbørn = Popstars
generationen?

Globale opmærksomhed

- Verden som legeplads
- Rejse ud og downloade
- Medier og drømmebilleder
- Verdens store temaer på godt og ondt
- Vant til højt pirringsniveau
- JEG vælger!
- Men hvad skal jeg så vælge?
- Tvivl og fremtidschok

Individualisten i fællesskabet

- Fra pligt til intensitet
- Nye deltagelsesformer; event, sporadisk, impulsivt, og temaaktivitet
- SMS aktivitet

Markedsføring og de nye sociale medier

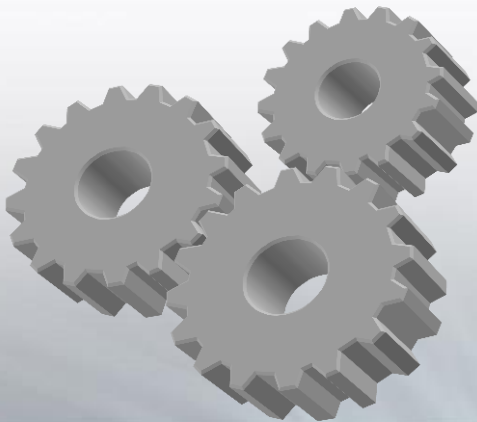
- Være til stede på Facebook?
- Dårlig historie ikke at være det?
- Gøre det klogt!
- Ambassadører – anbefaling fra netværk langt mere effektivt en almindelig markedsføring
- Noget at dele
- Fremtidens markedsføring ude af kontrol – løbsk kommunikation

Den virtuelle dagligstue

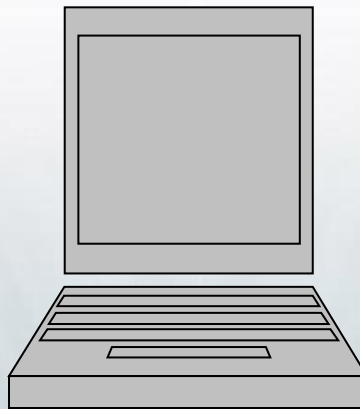
- Den virtuelle virkelighed lige så vigtig som den ”virkelige”
- Uhøfligt ikke at svare
- Være tilstede og tilgængelig
- Er du ikke på – er du ikke med
- Selv løs og ligegyldig dialog kan være meningsfuld
- Være en fed netværksperson

En ny global arbejdsdeling?

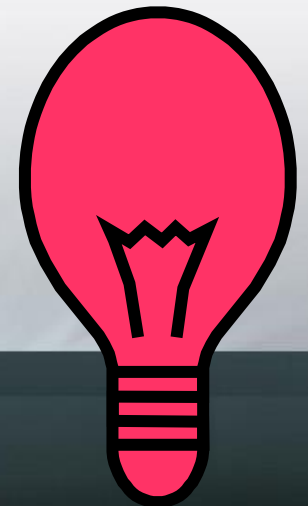
Fabrik



Kontor/viden



**Innovation
& projekter
Services...**



Global konkurrence

- Teknologi og prisgennemsigtighed
- Skærpet international konkurrence
- Centralisering af produktion, global produktion
- Skandinavien kan ikke konkurrere på pris!
- Innovation, design & forandringsparathed som konkurrenceparameter
- Stort marked for “billigt” – discount
- Cost-benefit tidsånd, dokumentation

Affluenza? Lykkejagt i Overflodssamfundet?



Thomas Hylland Eriksen: Jagten på lykken i overflodssamfundet

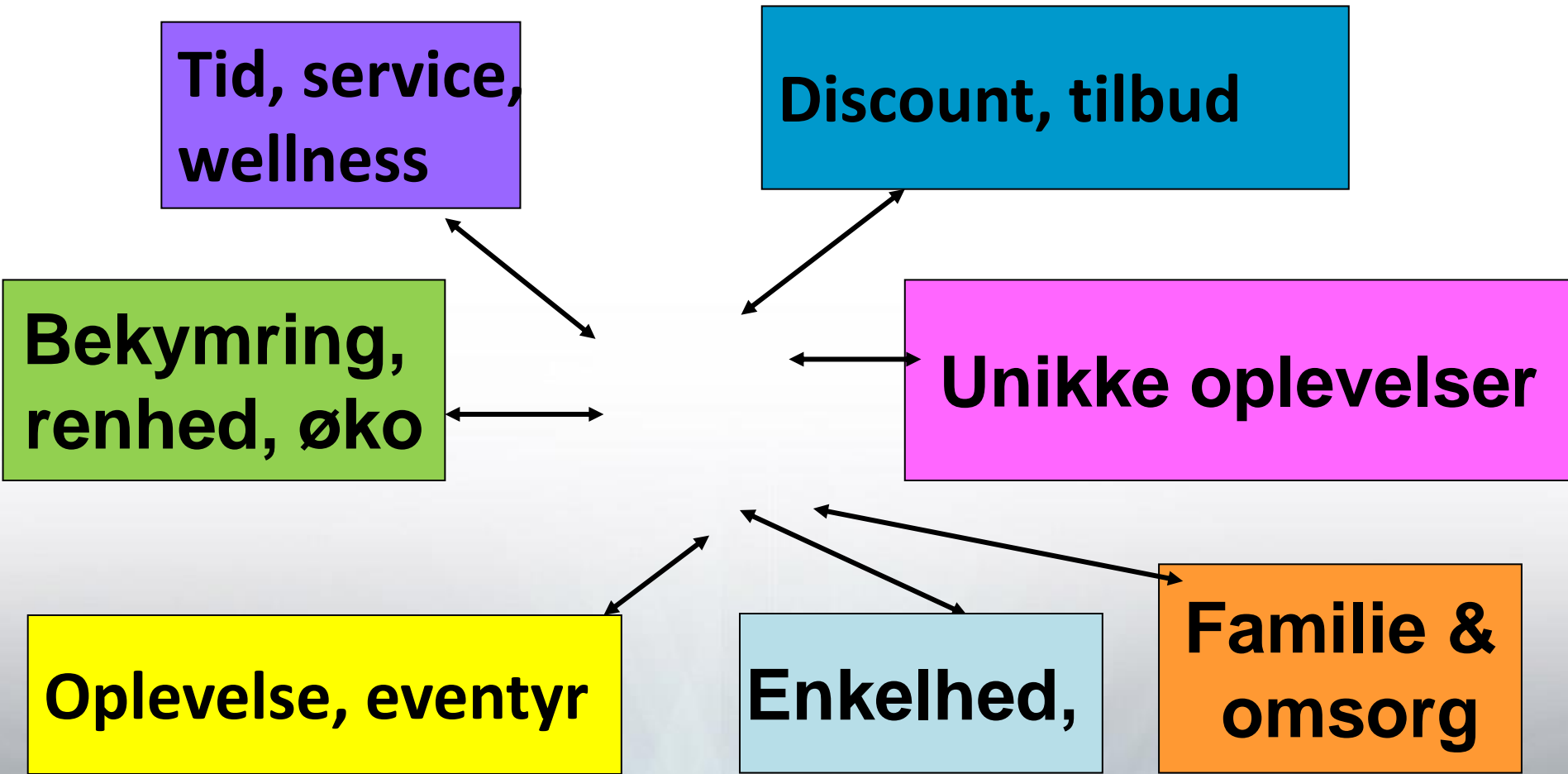
Værdier i fremtiden?

- Fra rig til indholdsrig
- Tryghed, når alt er usikkert
- Tillid
- Nye fællesskaber
- Nærvær og autenticitet
- Tid bliver knap faktor
- Natur, fred & ro – rum
- At turde gøre sig langsom.....
- Filtre - OFF

Fremtidens ustyrlige forbrugere!

- Mavefornemmelse, følelser vigtigere end facts
- Oplevelse, udlevelse, selvrealisering, eventyr
- Scenen er MIN, use me or loose me
- Individualitet – MIT valg – fleksibilitet
- Nye familie og fællesskabsforme, unge vilde ældre
- Livssituation vigtigere end "segment"
- Oplevelsesguide, coaching, 24/7 smartphone service
- Flydende arbejde, ingen "fri tid", stress
- Vi gør det for dig! Tid og enkelhed
- Noget fedt at dele og skrive på Facebook - en HUB
- Evig innovation
- Situider – her og nu! Skifter mellem stemninger!

Den nye forbruger og situationer



Der kan være større forskel på;

- **en person i to forskellige situationer**
- **end på to personer i samme situation**
- **Fra kundesegmenter til situationer**

”Tag hellere initiativet, end det,
som kommer.”

Lederens katekismus

Er I klar?

www.futura.dk