



Sex vinnande trender

Du&Co har pratat framtid med trendexperterna. 2011 blir året då de analoga resterna av oss tvingas in i den digitala tidsåldern, vare sig vi vill det eller ej.

1. Årets omställning: Digitaliseringen drabbar alla

● De största strukturella förändringarna som kommer att ske 2011 är övergången från analogt till digitalt. Underhållningsbranschen har redan tvingats ställa om sig, nästa år kommer digitaliseringen drabba även de traditionella branscherna. Räkna med brutal business-Darwinism där de som bäst

anpassar sig till de nya marknadsförhållandena överlever.

– Volvo är ett typexempel. Tidigare var de bara en leverantör av en teknisk produkt – en bil – men i och med att mjukvaran i komponenterna blir allt

viktigare kommer detta troligtvis resultera i ett nytt digitaliserat affärslandskap, säger Björn Remneland-Wikhamn som forskar och föreläser om innovation och entreprenörskap på Handelshögskolan vid Göteborgs universitet.

– Redan nu kopplas bilens funktionalitet till olika typer av programvara. Bilen upphör vara en produkt och blir istället mer ett tjänsteerbjudande.

2. Årets innovation: Mobilplattformen Android

● Android kan bli en av de viktigaste innovationerna under 2011, då det är en mjukvaruplattform som på allvar tar upp kampen med Apples Iphone och Ipad.

Android är en open source-

baserad smartphone-lösning vilket betyder att det är en plattform som är öppen för alla som vill, och kan, bidra. Det betyder också att Android-plattformen har fler aktörer som tillsammans skapar det ekosystem som Apple försöker göra på egen hand.

– Öppenheten i sig är ett konkurrensmedel. Android är en plattform som andas kreativitet och ”gör det själv”.

Med ett smidigare och mer

flexibelt system kan Android-telefonerna komma att ersätta Iphone-lurarna som företagarens givna favoritaccessoar 2011.

3. Årets reklam: Individanpassad direktreklam

● 2011 blir reklamen inte bara målgruppsanpassad – den blir individanpassad. Ica är ett företag som med digitala medel

”Facebook och Twitter är kanske helt passé vid nästa årsskifte. Men tvåvägskommunikation är här för att stanna”

Björn Remneland-Wikhamn



ILLUSTRATION: TEAM HAWAII

5. Årets företagsidé: Portionsförpacka internet

● Förra decenniets största modeord torde vara Web 2.0. Det var samlingsnamnet för folkrörelsen som fyllde internet till bredden med användargenererat innehåll. Nu gäller det bara att hitta i det.

– De bästa företagsidéerna nästa år tror jag kommer utifrån den nya stora utmaningen att finna vägar för att sortera ut data och förpacka det i ett för den enskilde individen behändigt format, anpassat för ögonblickets behov – och att lyckas kapitalisera kring detta då affärsmodellerna idag ännu inte är huggna i sten, säger Björn Remneland-Wikhamn och menar att smartphone-lurarnas appar är ett sätt att portionsförpacka och användar-anpassa internet som blir allt viktigare.

6. Årets pr: Tvåvägskommunikation, med eller utan Twitter

● – Företagen kommer att behöva jobba ännu mer med dialog- och relationsbaserad marknadsföring. Kunden förväntar sig att företaget kommer till dem snarare än tvärtom, säger Szofia Jakobsson som driver sociala medier-fokuserade Follow Me.

Sociala medier handlar inte så mycket om att snickra Facebook-sidor och öppna Twitter-konton som att föra en öppen och ärlig dialog med sina kunder. Med 2010 års pr-katastrofer färskt i minne (BP:s "oljekris")



Szofia Jakobsson

kommer transparens vara huvudingrediensen i nästa års kundrelationer.

– Företagare ska inte hänga upp sig på Facebook eller Twitter, för de kanske är helt passé vid nästa årsskifte. Men tvåvägskommunikation är här för att stanna, så även konsumentmakt.

JIMMY HÅKANSSON

samlar på sig oerhörda mängder information om sina kunder. Med scanners som kunden kan använda tillsammans med sitt medlemskort får kunden en smidigare shoppingupplevelse och Ica ovärderlig information om kundens köpmönster.

–Framåt kan de använda all den datan till att göra individanpassad reklam, för de vet redan exakt vilka produkter som deras självscannande kunder köper.

4. Årets målgrupp: Karriärföräldrar

● I takt med att fler väntar allt längre innan de skaffar barn blir föräldrar en viktigare målgrupp. Genomsnittsåldern för svenska förstföderskor kryper närmare 30. Karriär, självförverkligande och stadgad ekonomi ska vara ordnad före första leveransen. Utvecklingen leder till en enormt köpstark, kvalitetsmedveten och varumärkesorienterad målgrupp där bara det bästa är gott nog.

– Familjeliv.se och Pricerunner.se är två exempel som framgångsrikt lyckats kapitalisera på den målgruppen, men snart kommer det att dyka upp luckor för än mer nischade tjänster.

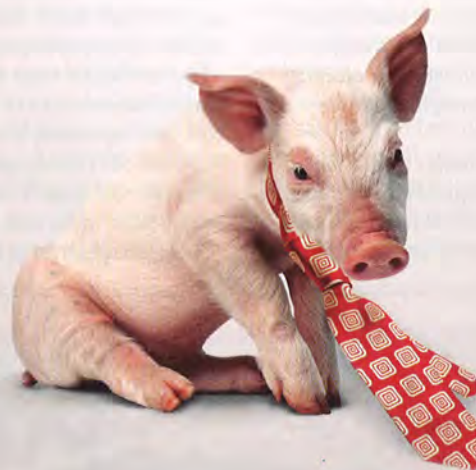
Skicka företagets pengar på teambuilding i Småland.

Pengar som jobbar ihop mår bra. Tillsammans kan de växa sig större och starkare. Parkera företagets överskottslikviditet på ett Företagsspar Plus-konto.

Den aktuella räntan är rörlig och justeras veckovis, för närvarande 1,40% (2010-11-08).

Med fyra fria uttag per år har du nästan lika hög flexibilitet som med kontanter. Fast med tryggt avkastning.

Läs mer om Företagsspar Plus på www.ikanobank.se eller ring 0476-88 000. Välkommen.



IKANO
BANK

Världens småländskaste bank!

Kontot omfattas av den statliga insättningsgarantin för belopp upp till 500.000 kr, eller om det är högre, det belopp i kronor som motsvarar 50.000 euro. Beloppet betalas ut till dig av Riksgäldskontoret inom tre månader om banken skulle försättas i konkurs.

SVENSSON