РоссельхозБанк

Центр развития финансовых технологий

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЦИФРОВЫЕ ТРЕНДЫ 2023

На основе данных Trend Hunter и аналитических материалов
Центра развития финансовых технологий



Содержание

Финансовые сервисы 2

Индивидуальный подход к клиенту 6

«Умные» технологии в повседневной жизни 14

Экотренды и «зеленые» инициативы 20

Открытые медиаплатформы 27

Коллаборации в бизнесе 29

Метавселенная — новый опыт и новый рынок 33

ФУНКЦИИ БАНКОВСКИХ ПРИЛОЖЕНИЙ ДЛЯ СОВЕРШЕНИЯ ПОКУПОК В ИНТЕРНЕТЕ

Индустрия электронной коммерции продолжает расти, потребителям становится неудобно вести бюджет и делать покупки в разрозненных приложениях. Наиболее привлекательными для клиентов становятся финтех-бренды, которые эффективнее всего могут обеспечить удобство и простоту использования всех функций, от онлайн-банкинга до виртуальных покупок. Банковские приложения становятся более функциональными, причем одной из обязательных функций становится возможность совершать покупки (или продажи) непосредственно в приложении. Это позволяет клиентам объединить банковские операции и покупки, а значит – сделать свою жизнь проще.

SweetCard

Таргетированные предложения банков

Российская компания SweetCard представила межбанковскую платформу, позволяющую ритейлерам делать таргетированные предложения держателям карт через банковские каналы коммуникации с клиентами. При этом клиенты сами могут выбрать перечень компаний, рассылку от которых они хотят получать.

сделано в России



Приложения для списков покупок на основе искусственного интеллекта

HOUM – это мобильное приложение, которое позволяет составлять списки покупок и принимать более взвешенные решения о покупках. Приложение использует алгоритмы на основе искусственного интеллекта. Они активно изучают привычки и поведение пользователей, дают рекомендации, касающиеся личных финансов, заботы о здоровье и экологии.



Финансовые приложения «Все в одном»

Paypal выпустил суперапп – обновленную версию своего популярного цифрового кошелька и платежной платформы. Новое приложение объединило различные финансовые инструменты, предлагаемые компанией, в одну экосистему: прямой депозит, оплату счетов, переводы между физлицами, функции цифрового кошелька, инструменты для покупок, перевод криптовалют и многое другое.

СЕРВИСЫ ИНВЕСТИЦИЙ ДЛЯ ПОКОЛЕНИЯ Z В ВИДЕ ПРИЛОЖЕНИЙ И СООБЩЕСТВ

Поколение Z начинает активно пользоваться банковскими сервисами и приложениями. Компании разрабатывают новые решения, чтобы усовершенствовать взаимодействие с молодыми инвесторами и расширить клиентскую аудиторию. Передовые финтех-приложения также помогают молодым клиентам оперировать криптовалютами и осваивать новые финансовые инструменты. Помимо этого, такие решения помогают повысить финансовую грамотность поколения Z, потому что традиционная система образования не дает достаточных знаний в сфере личных финансов.



Финтех-банкинг для поколения Z

Hero Financials – канадский необанк для детей и подростков. Компания позволяет клиентам копить деньги, инвестировать и учиться финансовой грамотности. Родители могут контролировать весь процесс.



Приложения для развития финансовой грамотности у детей

СберKids – бесплатное приложение для смартфонов, в котором ребёнок может управлять своими деньгами и развивать финансовую грамотность.

сделано в России



Приложения для инвестиций в криптовалюту, ориентированные на подростков

Финтех-компания Step запустила приложение для подростков. В приложении молодое поколение сможет инвестировать свои деньги в криптовалюту.



Групповые чаты для инвесторов поколения Z

Стартап Finary — это мессенджер для инвесторов, в котором они могут обсуждать свои сделки и делать прогнозы. Теперь компания разрабатывает чат-платформу для подростков. Цель — заинтересовать подростков в инвестициях.

ЭКОБАНКИНГ: ФИНАНСОВЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ С «ЗЕЛЕНЫМИ» ОПЦИЯМИ ДЛЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

Платежные и финансовые приложения внедряют дополнительные опции, которые позволяют пользователям принимать более экологичные решения самостоятельно, изучая влияние своих действий на климат, углеродный след и другие экологические параметры. Это относится к таким повседневным действиям, как покупка одежды онлайн и инвестиции в «зеленые» инициативы. Пользователи становятся все более информированными о том, как их действия влияют на будущее и мир, в котором они живут, повышая свою осознанность при совершении покупок. Такие клиенты ищут максимально безопасные и эффективные опции для снижения своего негативного влияния на окружающую среду.



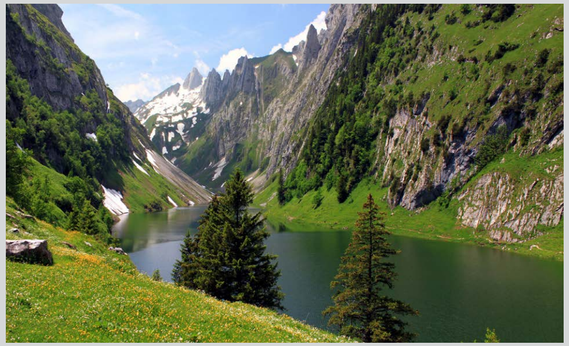
Приложения для инвестиций в солнечную энергию

Японская компания Change The World запустила приложение, с помощью которого пользователи могут инвестировать в развитие солнечных источников электроэнергии.



Экологические секторы на биржах

На Московской бирже был запущен отдельный сектор «Устойчивое развитие», предназначенный для финансирования проектов в области экологии и защиты окружающей среды, а также социально значимых проектов.



Приложения с целевым инвестированием в экологические инициативы

Приложение FLIT Invest предлагает пользователям инвестировать в фонды защиты природы и экологические инициативы без минимального порога входа.



Финансовые приложения, помогающие снизить углеродный след

Сервис Monetaria помогает пользователям уменьшить свой углеродный след. В приложении пользователи могут отслеживать углеродный след своих покупок, компенсировать углеродные выбросы и ставить цели по достижению углеродной нейтральности.

сделано в России

АРЕНДА ЦИФРОВЫХ АКТИВОВ

В сфере NFT продолжается активная диверсификация предложений: как бренды, так и частные лица пытаются сохранить актуальность цифровых активов по мере того, как мода на NFT сходит на нет. Создавая различные приложения и способы использования NFT, бренды стремятся обеспечить ценность цифровых активов для среднего потребителя. Бренды в сфере NFT создают арендуемые NFT или платформы для их аренды. Эти услуги позволяют потребителям брать или сдавать в аренду свои цифровые активы – обычно аватары для игр – а затем возвращать их владельцу.



Маркетплейс NFT-токенов

Компания VK занимается разработкой маркетплейса для NFT-токенов (невзаимозаменяемых токенов), на котором пользователи смогут создавать и продавать свои уникальные стикеры, а также другой пользовательский контент в виде NFT.



Аренда цифровых активов

Компания PARSIQ создала сервис IQ Protocol, который позволяет владельцам NFT сдавать и брать в аренду свои цифровые активы, в том числе цифровые произведения искусства, билеты и подписки на сервисы, игровой инвентарь.



Аренда эксклюзивных аватаров

Компания reNFT создала протокол, который позволяет сдавать NFT-токены в аренду по принципу P2P. С помощью протокола пользователи могут обмениваться игровыми аватарами и инвентарем, сдать в аренду цифровую землю или взять напрокат цифровой смокинг, чтобы пойти в виртуальное казино.



Платформы для аренды

Платформа Vera внедрила открытый финансовый протокол для работы с NFT-токенами. Vera предлагает децентрализованное финансирование, лизинг, кредитование и другие необходимые финансовые услуги для маркетплейсов, игр или приложений на основе NFT. Протокол реализован в виде набора смарт-контрактов на базе блокчейнов, таких как Ethereum.

сделано в России

БРЕНДЫ ПРЕДЛАГАЮТ КЛИЕНТАМ УНИКАЛЬНЫЙ ОПЫТ С ДОСТАВКОЙ НА ДОМ

Рестораны и маркетплейсы еды разрабатывают концепции нового клиентского опыта. Например, рестораны и сервисы доставки еды могут использовать интерактивные элементы (экраны и мониторы, симулирующие запахи блюд, тематические программы и передачи) для более глубокого вовлечения. Во время пандемии люди начали тратить больше времени на приготовление еды дома. Это говорит о том, что современные покупатели разбираются в современных маркетплейсах еды и хотят получить уникальный опыт, как при посещении ресторана, при этом находясь дома. Это позволяет бороться со скукой и разнообразить ежедневную рутину.



Партнерские объединения для организации досуга

Стриминговый сервис HBO MAX и производитель коньяка Moët Hennessy активно внедряют сервисы для домашнего досуга. Для стриминга это новый контент, а для производителя коньяка — дополнительная реклама.



Иммерсивный опыт «ресторан дома»

Компания Celebrationhome доставляет ингредиенты и готовит выбранные блюда, имитируя посещение настоящего ресторана.



Бренды предлагают клиентам уникальный опыт с доставкой на дом

Проект «Пчелошеринг» позволяет каждому приобщиться к пчеловодству, став владельцем своего улья. Клиент может купить улей с пчёлами на пасеке компании и получать собственный мёд каждый год.



Кулинарные программы, вдохновленные шедеврами искусства

Сервис #Uffizidamangiare приглашает шеф-поваров, которые готовят блюда, используя идеи известных произведений живописи.

ОСОЗНАННЫЙ ШОПИНГ: БРЕНДЫ СОЗДАЮТ ПОЗИТИВНЫЙ ПОКУПАТЕЛЬСКИЙ ОПЫТ ДЛЯ ЛЮДЕЙ С РАЗЛИЧНЫМИ ПОТРЕБНОСТЯМИ

Ритейлеры начинают внимательнее относиться к покупателям с различными потребностями. Магазины адаптируют процесс шопинга для самых разных людей: например, внедряется практика «тихий час», когда в торговом зале не играет музыка, не работают мониторы, а количество покупателей незначительно. Создание такой непринужденной и спокойной обстановки важно для нейроотличных людей и людей с психологическими расстройствами, которые могут испытывать стресс в шумной и людной обстановке. Клиенты ожидают, что ритейлер будет учитывать их потребности и предпочтения, предлагая свои сервисы и услуги в максимально удобной и приятной форме. Компании, которые ориентируются на «усредненного» покупателя, теряют конкурентное преимущество.



Торговые залы в стиле Дзен

Компания Burdifilek (Канада) построила в Сеуле торговый комплекс с белым «скульптурным» интерьером. Дизайн создан таким образом, чтобы каждый покупатель мог чувствовать себя спокойно и комфортно, совершая покупки.



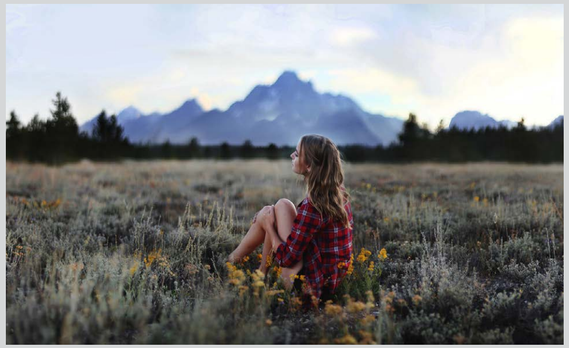
Проекты по улучшению доступности торговых точек

Торговая сеть «Пятёрочка» реализовала социальный проект по улучшению доступности своих магазинов для людей с проблемами зрения.



«Тихие часы» в молле

Сеть магазинов Selfridges (Великобритания) запустила кампанию для нейроотличных людей – новый режим работы магазина с «тихими часами» для покупок.



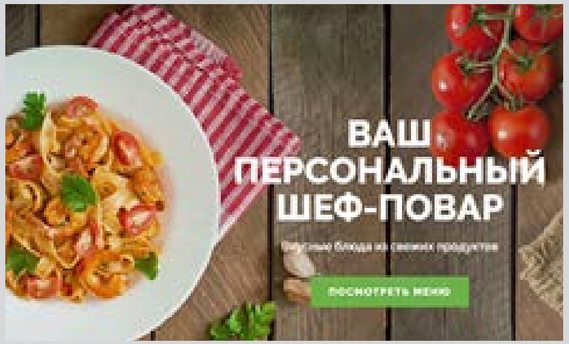
Праздничные распродажи в особом режиме для нейроотличных людей

Британский ритейлер товаров для здоровья и красоты Superdrug включил в работу «тихие часы» для людей с неврологическими особенностями.

сделано в России

КАФЕ И РЕСТОРАНЫ С КЛУБНЫМ ДОСТУПОМ

Опыт пандемии коронавируса, а также изменение потребительских ценностей привели к развитию новых бизнес-моделей в ресторанном бизнесе. Теперь рестораны и кафе предлагают уникальные услуги: от приобретения членства в клубе/сообществе по доступной цене до выпуска уникальных NFT-пропусков. При этом современного посетителя кафе и ресторанов больше волнует доступность опыта, а не его эксклюзивность. Новое отношение потребителей к персональному статусу вынуждает бренды расставлять приоритеты в таком же духе – и разрабатывать инновационные бизнес-модели.



Доставка готовых блюд по подписке

МИЛТИ – это сервис заказа по подписке готовых блюд, приготовленных известными шеф-поварами из свежих продуктов, по доступным ценам и с быстрой доставкой.



Рестораны с доступом по подписке

Посетители ресторана Omar’s La Boite (США) могут оформить подписку (стоимость подписки $1500). Эта модель направлена на привлечение поколения миллениалов. В стоимость входят эксклюзивные коктейльные вечеринки и специальное меню.



Ресторанные клубы

Ресторан Lynhall (США) запустил сервис подписки: за $25 в месяц потребители получают доступ к уникальным кулинарным впечатлениям.



Рестораны с доступом по NFT-пропуску

Ресторан Flyfish Club (США) принимает посетителей по уникальным NFT-пропускам. Токены можно сдавать в аренду и продавать на вторичном рынке.

сделано в России

УЗКОНАПРАВЛЕННЫЙ РЕКРУТИНГ: HR-ПЛАТФОРМЫ ИСПОЛЬЗУЮТ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ МЕТОДЫ ОТБОРА КАНДИДАТОВ, ЧТОБЫ ОБЕСПЕЧИТЬ РАВНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

HR-платформы со специализированным пулом кандидатов помогают добиться большей прозрачности и справедливости в процессе подбора. На платформах стало появляться больше возможностей и предложений для молодых специалистов, женщин и людей из неблагополучных и бедных семей. Соблюдение принципов инклюзивности стало критически важным фактором в процессе найма сотрудников. Теперь многие компании меняют свои взгляды на процесс подбора персонала, становятся более инклюзивными и дают возможность перспективным кандидатам занять свое место в штате.



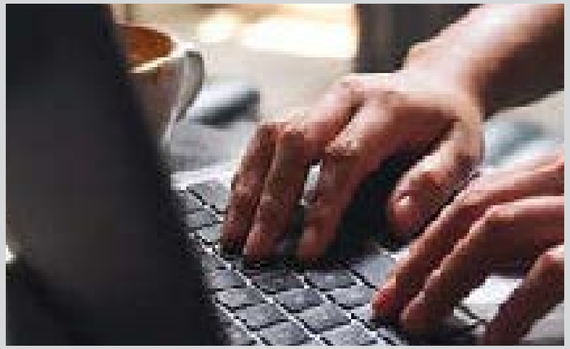
Платформы поиска работы, ориентированные на женщин

Сервис HerJobs поддерживает талантливых женщин из развивающихся стран. На платформе соискательницы могут найти подходящую удаленную вакансию в компаниях, которые ценят инклюзивность.



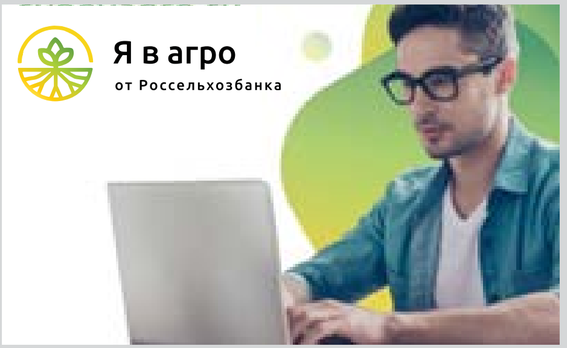
Сервисы карьерной поддержки для молодых специалистов

Сервис Haystack помогает кандидатам с небольшим опытом или без опыта в поиске работы. Приложение подбирает подходящие вакансии на основе предпочтений пользователя.



Стратегия подбора персонала без резюме

Бизнес-журнал Fast Company нанимает специалистов напрямую без запроса резюме. На сайте компании есть материалы для начинающих специалистов, а также советы от опытных предпринимателей.



Специализированные HR-платформы

«Я в агро» – это цифровая платформа, нацеленая на продвижение в России аграрного образования и помощь в поиске работы в аграрном комплексе.

сделано в России

ПРАКТИКИ ЦИФРОВОГО ДЕТОКСА НАБИРАЮТ ПОПУЛЯРНОСТЬ

Люди проводят все больше времени в сети, потребляя большое количество в том числе негативной информации – известно, что социальные сети более активно распространяют именно негативный контент, потому что он позволяет получить более высокую вовлеченность. Это оказывает значительное влияние на психическое здоровье людей, многие ищут способы изменить свои цифровые привычки, улучшить настроение и снизить уровень стресса. Одним из таких способов стал цифровой детокс. Хотя инструменты цифрового детокса не новы, потребность в них продолжает расти с каждым годом.



Хижины без интернета

Компания Getaway предлагает отдых в маленьких хижинах в лесу. Слоган компании – «У нас есть все, что вам нужно, и ничего из того, что вам не нужно». В хижине есть кондиционер и отопление, фонари, книги и карты. Гостям предлагается положить свои смартфоны в сейф и наслаждаться природой.



Детокс-мешочки для смартфонов

California Cowboy выпустила в продажу мешочки для смартфонов Out of Pocket Pouch. Специальный материал блокирует все входящие и исходящие сигналы. Мешочек застегивается на липучку, а в дополнение можно приобрести сменные нашивки в ретро-стиле.



Детокс-чехлы для смартфонов

Компания Ostritchpillow производит чехлы для смартфонов Digital Detox. Чехлы выполняют двойную функцию: блокируют любой входящий телефонный сигнал и уведомления, а также удерживает устройство вне поля зрения пользователя, что позволяет не отвлекаться. Чехол на молнии изготовлен из хлопка и медно-никелевого полиэстера для отражения радиосигналов и подходит для телефонов размером до iPhone 12 Plus.



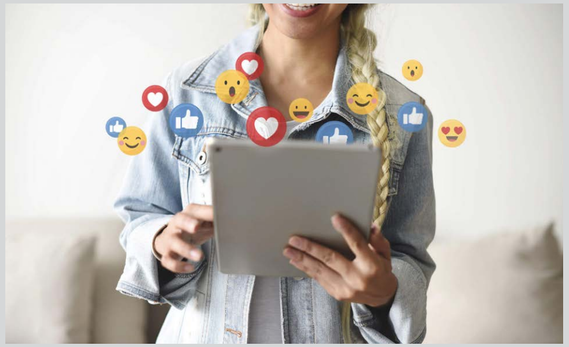
Экранирующие аксессуары для гаджетов

Компания Velter использует комбинацию специальных материалов для производства экранирующих аксессуаров для безопасного хранения телефонов, планшетов, ноутбуков, банковских карт, автоключей и паспортов с чипом. Экранирующие чехлы обеспечивают защиту устройств от дистанционного взлома и блокируют сигнал, позволяя владельцам устройств отвлечься.

сделано в России

МЕДИАПЛАТФОРМЫ ОТДАЮТ ПРЕДПОЧТЕНИЕ ПОЛОЖИТЕЛЬНОМУ КОНТЕНТУ ДЛЯ ВОВЛЕЧЕНИЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

Из-за популярности социальных сетей негативный контент в новостях и на медиаплатформах быстро распространяется, а повсеместное использование смартфонов дает постоянный доступ к такому контенту. Как следствие, пользователи испытывают стресс, связанный с социальными и политическими проблемами в мире. В последнее время все больше людей стремятся избегать негативного контента или устраивают «цифровые детоксы». Несмотря на то, что негативные заголовки позволяют новостным агрегаторам и медиаплатформам получить больше кликов и просмотров, многие из них стараются снизить количество такого контента и сделать акцент на более позитивных материалах.



Социальные медиа с доступом по инвайтам

Somewhere good – социальная сеть, в основе которой сообщества, а не индивидуальные профили. В этой сети нет лайков, комментариев и рекомендательных алгоритмов. Пользователи могут записывать голосовые заметки, слушать и обсуждать сообщения других пользователей.



Виртуальные путешествия

В качестве альтернативы думскроллингу – бесконечному пролистыванию плохих новостей – туристический сервис Inspired by Iceland запустил сайт Joyscrolling, на котором можно листать ленту с пейзажами Исландии и слушать звуки природы.



Агрегаторы новостей с фокусом на позитиве

Good News – агрегатор позитивных и вдохновляющих новостей. Сервис стремится бороться с текущим дисбалансом в потреблении новостей, выдвигая на первый план положительные новости.



Медиаплатформы с положительным контентом

Медиаплатформа Adme создаёт положительный опыт для клиентов: контент в социальном медиа аккумулирует все последние новости интернета в положительном ключе.

сделано в России

ПРИЛОЖЕНИЯ ДЛЯ ЗАБОТЫ О ПСИХОЛОГИЧЕСКОМ СОСТОЯНИИ ВНЕДРЯЮТ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ФУНКЦИИ

Люди уделяют все больше внимания вопросам здоровья, в том числе психологического. Это обусловлено влиянием многих внешних факторов: повышение цен на товары и услуги, климатические изменения, различные политические и социальные проблемы. Все это вкупе с повседневным стрессом на работе и дома стимулирует людей на поиск продуктов, которые позволили бы им изменить свои привычки и легче переносить проблемы – как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе. Приложения для развития осознанности и заботы о психологическом состоянии становятся более специализированными с точки зрения целей и функционала. Некоторые включают прослушивание мотивирующих подкастов, в то время как другие специализируются на подсказках по ведению личного дневника.



Предметы декора и украшения интерьера для медитации

Производитель товаров для здоровья HoMedics представила drift – устройство для рисования узоров на песке. Цель приложения – привнести осознанность в дом, улучшить настроение и концентрацию.



Мотивационные приложения для женщин

The Ana App – персонализированное приложение-коуч для саморазвития, разработанное специально для женщин. Ana анализирует изменения настроения и тела пользовательницы, чтобы предложить индивидуальную еженедельную программу.



Приложение – личный дневник

Приложение Boom Journal помогает изменить привычки и паттерны поведения. Благодаря дневнику пользователи могут проанализировать события дня, а также найти для себя более здоровые практики для здоровой жизни.



Приложения для психологической помощи

Программы приложения iCognito предназначены для людей с легкими и умеренными формами психических расстройств. Приложение сокращает потребность в консультации психолога на 75%, а в некоторых случаях может полностью решить проблемы пользователя. В основе программ лежат наиболее современные методы когнитивно-поведенческой терапии, которые позволяют добиться улучшения самочувствия в сжатые сроки.

сделано в России

БРАУЗЕРЫ И РАСШИРЕНИЯ ДЕЛАЮТ АКЦЕНТ НА ФУНКЦИЯХ КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТИ

В связи с тем, что большая часть профессиональной и социальной жизни потребителей проходит в Интернете, все большее значение для них получает проблема конфиденциальности данных. Пользователей все больше волнует то, как используются их данные и каким компаниям продается их информация, и поэтому все чаще обращаются к инструментам, которые помогают обеспечить их конфиденциальность в Интернете. Одним из наиболее острых вопросов является передача пользовательских данных компаниям, поэтому активно разрабатываются интернет-браузеры и расширения для них, помогающие обеспечить конфиденциальность данных пользователей.



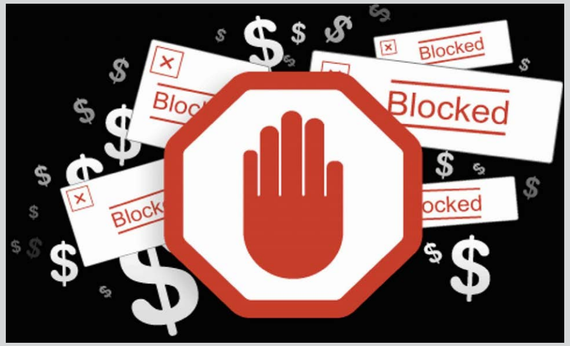
Веб-браузеры с акцентом на конфиденциальность

Веб-браузер Firefox внедрил защиту файлов cookie по умолчанию для пользователей по всему миру. Благодаря этой функции файлы cookie остаются на сайте, на котором они были созданы, и компании, занимающиеся анализом действий пользователей в сети, больше не могут их использовать для отслеживания.



Приватные поисковые системы

Американская компания Brave разработала поисковую систему Brave Search. Система позиционируется как альтернатива Google – она не отслеживает запросы, действия и клики в интернете. Компания не собирает пользовательские данные, а поэтому не может их продать или потерять.



Веб-браузеры со встроенной защитой от рекламы

Компания DuckDuckGo, известная своей безопасной поисковой системой, выпустила официальный браузер DuckDuckGo для устройств Mac. Браузер имеет автоматическую защиту от всплывающих окон, очистку данных в один клик и возможность скрыть любой веб-элемент, который отслеживает пользовательские данные.



Упрощенное получение сертификатов безопасности

Браузеры Атом и Яндекс.Браузер добавили функцию поддержки российских владельцев сайтов через сертификаты безопасности. Получить сертификаты безопасности можно без обращения в иностранные удостоверяющие центры в онлайн-режиме.

ПРИЛОЖЕНИЯ-ГАЙДЫ ДЛЯ ПУТЕШЕСТВИЙ И ДРУГИХ АКТИВНОСТЕЙ

После пандемии многие туристы стремятся найти более безопасные альтернативы традиционным туристическим сервисам. Чтобы ответить на новые запросы пользователей и сохранить клиентскую аудиторию, туристические компании создают приложения для путешественников. Например, приложения-гиды, предназначенные для активного отдыха и путешествий. Такие цифровые продукты помогают путешественникам исследовать мир, при этом ограничивая контакт с тур-группами. Это эффективное решение для тех, кто ответственно относится к собственному здоровью и хочет сократить риски заболевания.



Приложения – гиды по городам, работающие в режиме реального времени

Сервис The Welcome App предлагает персонализированные рекомендации для туристов в различных городах мира. В приложении можно составить карту своего путешествия и посмотреть советы других путешественников.



Гиды по лыжным маршрутам

Сервис Trail Map показывает лыжные маршруты в штате Мэн (США). Таким образом создатели хотят развить туризм в регионе.



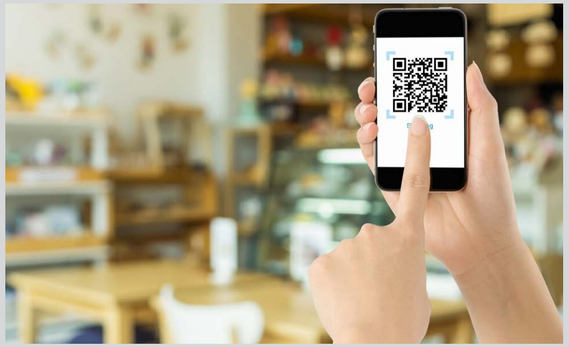
Приложения для экскурсий в сельской местности

«Своё за городом» – агрегатор туров в сельскую местность. Сервис помогает городским жителям увидеть красоту родного края и узнать больше о жизни на селе.

сделано в России

ГИБРИДНЫЕ РЕШЕНИЯ ПО УПАКОВКЕ ТОВАРОВ В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

Интеллектуальные решения для упаковки в области e-commerce становятся все более распространенными, поскольку компании стремятся наладить процесс удобной и быстрой доставки. Для доставки могут использоваться, например, упаковки с регулируемой температурой или QR-кодами для привлечения клиентов. Так как современные покупатели тратят все больше времени на онлайн-шопинг, они ожидают, что ритейлеры будут предлагать им новые стандарты электронной коммерции, а опыт онлайн-шопинга не будет уступать опыту покупок в физических магазинах. Рост сферы электронной коммерции стимулирует бренды повышать эффективность, прозрачность доставки и вовлеченность клиентов.



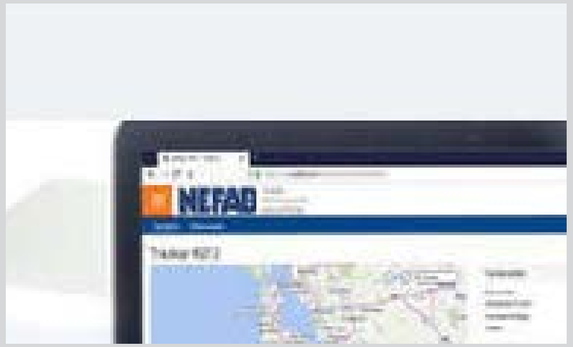
Сканирование упаковок товара по QR-кодам онлайн

Компания электронной коммерции Noissue приобрела сервис Tapkit, который генерирует динамические ссылки и QR-коды. Благодаря этим кодам покупатели могут познакомиться с другими товарами компании.



Умные упаковки для хранения товаров с контролем температуры

Стартап Ember Cube производит умные упаковки с синхронизацией в облаке. Благодаря этому решению можно посмотреть локацию упаковки, температуру внутри и другие параметры.



B2B-платформы для трекинга продуктов

Умная тара компании Nefab позволяет лучше контролировать цепочку поставок. Пользователи могут отслеживать посылку в режиме реального времени.



Онлайн-магазины с экспресс-доставкой

Сеть онлайн-магазинов Sam’s Club добавила в свое приложение новую опцию экспресс-доставки. Теперь покупатели могут получать свои посылки через несколько часов.

АВТОНОМНЫЕ ТОРГОВЫЕ ТОЧКИ САМООБСЛУЖИВАНИЯ В ГУСТОНАСЕЛЕННЫХ РЕГИОНАХ

Отели, офисы и торговые центры увеличивают количество торговых точек самообслуживания, чтобы покупатели могли делать покупки быстрее. Такие торговые зоны и аппараты позволяют осуществлять покупки посредством умного сканирования – платежные автоматы автоматически снимают деньги за покупки с аккаунта или привязанной банковской карты. Одним из пионеров в этой области стал ритейл-гигант Amazon, который начал проектировать целые магазины без персонала, в которых оплата покупки происходит автоматически, когда человек покидает пределы магазина с выбранной корзиной. Покупатели ценят удобный шоппинг и стимулируют бренды на упрощение процесса покупок. Точки самообслуживания, в которых не нужно стоять в долгих очередях на кассе, завоевывают все большую популярность.



Минимаркеты без персонала

Фирменный магазин Wundermart позволяет покупателям быстро просматривать и приобретать розничные товары, а также сканировать и оплачивать их в киоске самообслуживания. Программное обеспечение компании отслеживает каждую покупку и предоставляет владельцам полезную информацию о запасе и продажах.



Кассы самообслуживания в супермаркетах

Сеть «ВкусВилл» запустила новый формат магазина с кассами самообслуживания, которые позволяют покупателям делать покупки быстро и самостоятельно, полностью управляя всем процессом.

сделано в России



Автономные кассы самообслуживания на стадионах

Сервис The WooSox Market представил первые кассы самообслуживания на стадионах в США. Благодаря искусственному интеллекту и облачным технологиям у футбольных фанатов есть возможность покупать еду и сувениры без необходимости сканировать товары и стоять в очереди.



Минимаркеты, работающие на основе искусственного интеллекта

Сеть супермаркетов «Ашан» открыла во Франции первый автономный минимаркет, управляемый при помощи искусственного интеллекта. Магазин предлагает «бесшовный» покупательский опыт для занятых людей.

РИТЕЙЛ-БОТЫ ПРИОБРЕТАЮТ БОЛЬШЕ ФУНКЦИЙ ДЛЯ ОБЩЕНИЯ С ПОКУПАТЕЛЯМИ

Умные решения в ритейле могут компенсировать недостаток социальной коммуникации – для многих клиентов общение является неотъемлемым элементом процесса шопинга. Из-за этого они склонны отдавать предпочтения брендам и ритейлерам, которые стараются сохранить привычный покупательский опыт. В функционал ритейл-роботов теперь входит не только помощь клиентам при покупках, но и разнообразные социальные функции. Они могут выступать в качестве «первого контакта» и приветствовать покупателя при посещении магазина, служить станциями для дегустации продуктов и напитков и т.д.



Ритейл-роботы, раздающие леденцы

Smiley – это робот, угощающий посетителей магазина леденцами компании Mars Wrigley. Он доставляет товары, которые обычно можно найти на кассе. О своем приближении робот сообщает веселой мелодией.



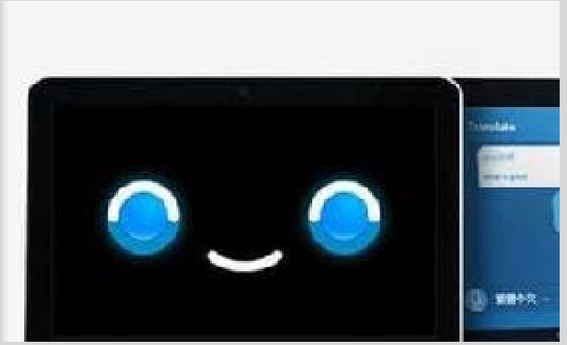
Роботы-ассистенты на основе искусственного интеллекта

Робот-консультант компании LG предоставляет посетителям магазинов справочную информацию. Когда робот не работает напрямую с клиентом, он рекламирует товары и следит за безопасностью.



Роботы-кассиры в кафе

Компания «Промобот», российский производитель автономных сервисных роботов, совместно с компанией «Робин Гуд Роботикс» представил новый проект — «Кибер-кафе «Дуняша». В проекте совмещены доступная ценовая политика, живое общение с роботом-супермоделью и высокие технологии. Робот-кассир предлагает мороженое, газировку и кофе. Во время ожидания заказа Дуняша поддержит приятный разговор, расскажет сказку или предложит сделать совместное селфи.



Роботы-хостес с технологией распознавания лиц

Робот KoiBot от провайдера сетевых устройств QNAP (США) узнает посетителей и приветствует их на входе в магазин. Робот использует технологию распознавания лиц, а также голосовое управление, перевод в реальном времени и локализацию звука.

сделано в России

«УМНЫЕ» ИНТЕРФЕЙСЫ, УПРАВЛЯЕМЫЕ ПРИ ПОМОЩИ ЖЕСТИКУЛЯЦИИ

Несмотря на послабление ограничений, рекомендации по предотвращению распространения коронавируса остаются актуальными. Цифровизация торговых пространств и активное внедрение бесконтактных технологий интерактивного взаимодействия с виртуальной средой позволяет покупателям чувствовать себя безопасно во время шопинга. Индустрии торговли и развлечений активно разрабатывают бесконтактные интерфейсы, использующие технологию распознавания жестов. Это позволяет усовершенствовать пользовательский опыт и сократить риск распространения инфекции. Интерфейс улавливает движения рук пользователя, и с его помощью можно осуществлять навигацию или давать команды.



Бесконтактный аппарат для создания игрушек

Компания LEGO внедрила интерфейс с бесконтактным взаимодействием, позволяющий юным пользователям собирать игрушки из конструктора в виртуальной реальности при помощи жестов.



Интерфейсы, управляемые жестами, как замена сенсорным экранам

Интерфейсы от компании Ultraleap являются современной более гигиеничной альтернативой классическим тачскринам. Технология поможет бизнесу восстановить взаимодействие с пользователями.



Бесконтактные информационные киоски

Компания «Сенсорные системы» представила информационные киоски нового типа – бесконтактные. Сенсорные экраны устройств активируются без касания к экрану. Дисплей реагирует на указующий предмет, находящийся в нескольких миллиметрах от экрана. Таким образом, чтобы воспользоваться киоском, достаточно поднести палец к экрану, не касаясь его.



Интерактивные меню, управляемые движением руки на расстоянии

Компания PepsiCo разработала бесконтактные экраны, управляемые жестами, которые будут использоваться в ресторанах быстрого обслуживания. С помощью таких экранов клиенты могут делать заказы с помощью жестикуляции, не прикасаясь к экрану.

сделано в России

СПЕЦИАЛЬНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ ДЛЯ ДЕТЕЙ ПОМОГАЮТ ИМ ПРИОБРЕСТИ ПОЛЕЗНЫЕ ПРИВЫЧКИ

Дети все чаще используют современные технологии для игр, а родители понимают, что эти технологии можно использовать для развития полезных навыков и привычек у детей. Это помогает родителям принимать участие в жизни ребенка, а также сокращает часть работы, связанной с процессом воспитания детей. Особенную популярность получают приложения, которые помогают детям формировать здоровые привычки. Обычно у таких приложений есть набор конкретных функций, либо родители могут настраивать их самостоятельно.



Приложения-календари для школьников

В Google Ассистенте появилась функция «Утренний распорядок», которая помогает детям подготовиться к учебному дню. Функция позволяет настроить будильник, составить распорядок дел на неделю, напоминает о домашних делах и помогает сформировать полезные привычки.



Трекеры здоровых привычек для всей семьи

KidHab – приложение для детей от 6 до 16 лет и их родителей, которое помогает детям формировать здоровые привычки с помощью взрослого. Родители могут выбирать определенные привычки для своих детей или предлагать им поучаствовать в выборе.



Зубные щетки с технологией дополненной реальности

Компания Colgate выпустила детскую зубную щетку hum kids, которая подключается к приложению на смартфоне. Процесс чистки зубов сопровождается игрой в дополненной реальности: ребенок охотится на монстров, которые появляются на участках, требующих внимания.



Приложения, которые знакомят детей с окружающим миром

Приложение «Сказбука» учит детей читать и считать, знакомит с окружающим миром, развивает критическое мышление через игровое путешествие с главным героем Зеброй. Преимущество приложения – его адаптивность. На старте можно указать возраст, пол и активность ребенка, и искусственный интеллект подстроится под него.

сделано в России

ЭКОЛОГИЧНАЯ БЕСПИЛОТНАЯ ТЕХНИКА В ДОСТАВКЕ И ЛОГИСТИКЕ

Принципы построения городской инфраструктуры стремительно меняются: устойчивое проектирование является приоритетом для местных властей, урбанистов и архитекторов. Потребители также ищут способы борьбы с последствиями изменения климата на всех уровнях жизни, и бизнес адаптируется к их потребностям. Автономная доставка товаров предполагает использование технологий, которые оказывают минимальное влияние на окружающую среду. Высокий уровень мобильности и экологичность транспорта являются приоритетными для государственных организаций, частного сектора и инженеров, проектирующих инновационные решения. Большинство беспилотных моделей, используемых в доставке, работают на электроэнергии, имеют небольшие габариты и более низкий уровень вредных выбросов в атмосферу по сравнению с традиционными видами транспорта.



Экологичные решения в доставке

Компания BrightDrop (дочерняя компания автоконцерна General Motors) разработала новую модель транспорта. Этот вариант электрического автономного транспорта можно использовать для доставки продуктов на дом.



Роботы-курьеры

Компания «Яндекс» разрабатывает роботов-курьеров: они имеют светодиодные фары, питаются от съемной батареи, которая позволяет роботам работать практически без перерывов, защищены от холода и доставляют продукты даже зимой. Такой робот способен перевозить до 20 кг груза.



Доставка еды и продуктов питания беспилотниками

Американский ритейлер Walmart заключил партнерство с компаниями Ford и Argo AI. Вместе они инициировали пилотную программу доставки еды автономным транспортом.



Экологичные модели автономного электротранспорта для доставки грузов

Стартап AxelHire заключил сотрудничество с компанией URB-E для создания автономного электротранспорта, который забирает заполненные мусорные контейнеры.

сделано в России

ДОСТУПНЫЕ СЕРВИСЫ МИКРОМОБИЛЬНОСТИ В ГОРОДСКОЙ СРЕДЕ

Городское население продолжает расти, и все больше внимания уделяется городскому планированию и инфраструктуре. Жители больших городов нуждаются в общественном транспорте и доступных вариантах мобильности. Сервисы общественного и частного микромобильного транспорта в современных городах с каждым днем становятся все более массовыми. Это возможно благодаря расширению аудитории (например, появились скутеры для людей с инвалидностью) и уменьшению тарифов на аренду техники.



Онлайн-сервисы велопроката

Сервис велопроката «Велобайк» позволяет посмотреть, где находятся станции со свободными для аренды велосипедами, дает прогноз погоды, запоминает любимые велостанции пользователя и строит кратчайшие маршруты.

сделано в России



Безлимитные подписки на сервисы микромобильности

Американский агрегатор такси Lyft тестирует безлимитную подписку на использование велотранспорта.



Проездные для электроскутеров

Американская компания Superpedestrian запустила платформу, где можно получить проездной билет для поездки на электроскутере. Таким образом компания хочет увеличить количество пользователей скутеров.



Электроскутеры для людей с ограниченными возможностями

Компании Bird и Scootaround производят электроскутеры для людей с особыми потребностями. Новшество поможет людям с инвалидностью передвигаться по городу. Пока что новинка доступна только на территории США.

КРУПНЫЕ РИТЕЙЛЕРЫ АКТИВНО ПРОДВИГАЮТ МЕСТНЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

Многие транснациональные корпорации включают в ассортимент товары местного производства или используют местные материалы при строительстве своих торговых точек. Это продиктовано желанием поддержать местных производителей, снизить логистические издержки и стоимость товаров, а также снизить углеродный след благодаря укороченной цепочке поставок. Пандемия оказала значительное негативное воздействие на малые и средние предприятия, бизнес многих оказался буквально на грани выживания. Крупные компании, которые позиционируют себя как «бизнес с заботой о местном сообществе», пользуются большим доверием покупателей.



Экологичные дизайнерские салоны

Цель британской «фабрики идей» Atelier100 – привлечь внимание к местным дизайнерам и модельерам. Инициатива предлагает мастер-классы и личное наставничество перспективным местным дизайнерам. При содействии H&M и Ingka Group в Лондоне открыт бутик Atelier100, в котором продаются товары брендов – участников проекта.



Обучающие выставки по производству одежды

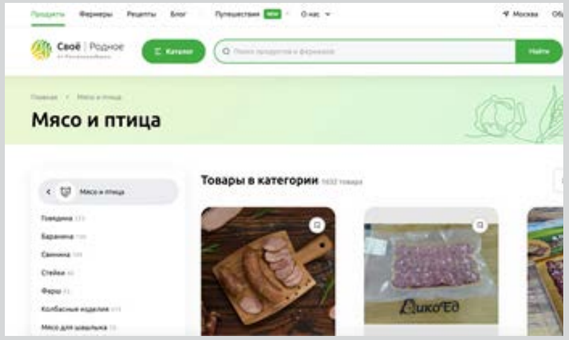
Компании IsInstore и Lee (Великобритания) проводят обучающие выставки, цель которых – познакомить покупателей с технологиями экологичного производства.



Мини-маркеты в пригородах с местным ассортиментом

Ритейл-гигант Amazon открыл новую линейку мини-маркетов для жителей городских пригородов.

В ассортименте мини-маркетов есть свежие продукты местного производства.



Маркетплейсы фермерских продуктов

«Своё Родное» – интернет-площадка, которая объединяет фермеров и покупателей. Платформа помогает локальным фермерам и небольшим хозяйствам продвигать свою продукцию, а пользователям – получать вкусные товары высокого качества от местных производителей.

ПОТРЕБЛЕНИЕ ЖИВОТНЫХ ПРОДУКТОВ ПО ПРИНЦИПУ «ОТ НОСА ДО ХВОСТА» ПОМОГАЕТ СОКРАТИТЬ УРОВЕНЬ ПИЩЕВЫХ ОТХОДОВ

Сокращение отходов – это глобальный тренд, обусловленный изменениями климата. Потребителям важны вопросы экологии и защиты окружающей среды, поэтому они склонны больше доверять брендам с зелеными инициативами и концепциями устойчивого развития. Среди таких «бережливых» инициатив особенно популярны те, которые поддерживают традиции и национальные обычаи. Так, набирает популярность идея полноценного потребления продуктов животноводства по принципу «от носа до хвоста» (nose-to-tail), вдохновленному традициями аборигенов и древних племен, которые использовали в пище и в хозяйстве все части животного. Теперь рестораны и гастрономические магазины используют больше субпродуктов, которые раньше было принято утилизировать.



Производство полуфабрикатов из невостребованных продуктов

Санкт-Петербургский ресторан Beef Zavod поставляет клиентам все носы и хвосты, которые не дошли до тарелок в ресторане, тем самым сокращая уровень пищевых отходов. «Невостребованные» части животного попадают в колбасы, пельмени и прочие полуфабрикаты, которые производят в местной мясной лавке.



Альтернативные мясные лавки

Компания Prospect Butcher Co. (США) предлагает необычные мясные продукты от местных поставщиков. Prospect Butcher Co. предлагает цыплят-гриль, изысканные бутерброды, колбасные изделия и специальные приправы.



Блюда из субпродуктов по уникальным рецептами

Ресторан Frida’s Field устроил торжественный ужин на 80 человек, блюда для которого были приготовлены полностью из скота собственного выращивания.



Рестораны с блюдами из необычных субпродуктов

Ресторан итальянской кухни Manteca (Великобритания) обновил меню с целью сокращения пищевых отходов. Гости могут попробовать фаршированные свиные пятачки и другие необычные блюда.

сделано в России

ПРОДУКТЫ С НЕЙТРАЛЬНЫМ УГЛЕРОДНЫМ СЛЕДОМ

Для многих покупателей важна забота о природе, поэтому экологичность является одним из ключевых параметров продукта, на который обращают внимание во время шопинга. Соответственно, фокус внимания клиентов сосредоточен на брендах, которые помогают сделать повседневную жизнь более экологичной и причиняют меньше ущерба окружающей среде. Современному потребителю доступны ингредиенты и продукты питания с нейтральным углеродным следом – от альтернативных молочных продуктов до растительных масел.



Углеродно-нейтральные яйца

Компания Respectful Eggs первой стала поставлять на рынок Великобритании яйца с нейтральным углеродным следом. Яйца получают от кур, которые питаются кормами без содержания сои.



Углеродно-нейтральное молоко

Фудтех-компания Neutral (США) производит молоко с нейтральным углеродным следом благодаря использованию технологий, поглощающих углеродные выбросы при производстве.



Углеродно-нейтральные масла

Компания west-bourne запустила линейку растительных масел из авокадо с нейтральным углеродным следом.



Углеродно-нейтральный металл

Компания «Норникель» получила первую сертифицированную партию углеродно-нейтрального никеля и приступила к её отгрузке потребителям. Российские металлурги заранее готовятся к новым требованиям ЕС, которые введут специальный «углеродный налог» для бизнеса.

ЭКОЛОГИЧНАЯ УПАКОВКА ДЛЯ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ

Экологичные решения по упаковке еды, в особенности свежих продуктов питания, таких как овощи, фрукты и хлеб, набирают популярность. Упаковки для таких товаров часто изготавливаются из материалов многоразовой переработки или легко компостируемых. Обеспокоенность потребителей климатическими проблемами и экологией заставляет бизнес «шагать в ногу» со своими клиентами и разрабатывать новые эффективные решения. Снижение уровня отходов и углеродного следа, бережливое производство, внедрение экологичных решений, переработка и компостирование используемых материалов – это далеко не весь спектр инструментов, используемых компаниями, которые ответственно относятся к стратегии устойчивого развития и защите окружающей среды и здоровья своих клиентов.



Биоразлагаемые упаковки для овощей и фруктов

Компания Morning Kiss Organic запустила новый вид биоразлагаемой упаковки для свежих продуктов питания, не приносящей вред природе.



Биоразлагаемые упаковки для готовых блюд

Компания EcoPack занимается производством биоразлагаемой упаковки из растительного сырья на основе биополимеров крахмала и белков. Экологическая упаковка съедобна и полностью разлагается в окружающей среде при любых условиях.



Перерабатываемые упаковки для продуктов из растительного волокна

Производитель бумажных и упаковочных материалов Visy (США-Австрия) презентовал новую упаковку для продуктов питания, сделанную из растительных волокон и позволяющую многократную переработку.



Перерабатываемые «скрепки» для пакетов

Компания Bimbo Canada изготавливает картонные «скрепки» для пакетов с хлебом, чтобы сократить использование пластика.

сделано в России

B2B-ПЛАТФОРМЫ И СЕРВИСЫ ДЛЯ ВНЕДРЕНИЯ ПРАКТИК УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Многие компании начинают сотрудничество для создания совместных эко-платформ и сервисов. Благодаря этому организации могут внедрять «зеленые» инициативы и практики устойчивого развития в своей работе. Более продвинутые компании делятся своим опытом и предлагают эффективные инструменты для компаний, которые стремятся снизить уровень отходов и вредных выборов, а также улучшить показатели своего бизнеса. Лидеры разных отраслей стремятся внести свой вклад в глобальную борьбу с лишними отходами и вредными выбросами в окружающую среду. Все больше компаний меняют свои бизнес-модели и стиль работы для того, чтобы соответствовать требованиям современных потребителей и воплощать в жизнь принципы устойчивого развития.



Искусственный интеллект для инвентаризации складских запасов

Американский ритейлер Albertsons адаптирует новые технологии оптимизации складских запасов для умного процесса логистики и поставок. Разработка позволит компаниям оптимизировать складские помещения.



Решения для устойчивого земледелия

Стартап PLUG.AI разрабатывает сельскохозяйственный модуль, который стимулирует фермеров придерживаться принципов устойчивого земледелия путем интеграции технических и агротехнологических решений. Проект снижает эмиссию CO_2 и генерирует карбоновые кредиты с последующей монетизацией на бирже.



Технологические решения по мониторингу пищевых отходов

Технологическая компания Winnow предлагает разнообразные технологические решения для мониторинга и уменьшения объема пищевых отходов для своих бизнес-клиентов.



Фонды устойчивого развития для стартапов

Американский фонд Razer Green объемом более 50 млн долларов инвестирует только в «зеленые» стартапы. Таким образом фонд хочет поспособствовать росту количества устойчивых стартапов.



Цифровые сообщества, ориентированные на эко-продукты

Цифровое сообщество «Будущее еды» (The Future Food Movement Ally Community) помогает предприятиям воплощать эко-инициативы в жизнь.

сделано в России

БРЕНДЫ ПООЩРЯЮТ СОЗДАНИЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКОГО КОНТЕНТА НА СВОИХ ПЛАТФОРМАХ

Медиакомпании и коммуникационные платформы активно используют контент, генерируемый самими пользователями. Своеобразный краудфандинг идей — это возможность пользователей поучаствовать в обсуждениях, в то время как компании могут изучить сферы интересов своих клиентов. Медиакомпании и коммуникационные платформы собирают пользовательский контент на своих площадках в формате видео, блогов, лайфхаков, созданных пользователями с разных уголков мира, разного возраста и с разными уровнями образования и профессиональными специализациями. Это делает материалы более разнообразными. В частности, активными создателями контента выступают, как правило, представители миллениалов и зумеров, которые вносят самостоятельный вклад в развитие контента в рамках концепций Web 2.0 и Web 3.0. Пользователи, в свою очередь, ожидают от медиакомпаний общего повышения уровня инклюзивности и разнообразия публикуемых материалов.



Глобальные цифровые медиа-платформы

Медиа-сервис PhotoVogue принимает мультимедийный контент от пользователей. На платформу можно загружать фото-, видео- и аудиоматериалы.



Сообщества писателей с акцентом на разнообразии и инклюзивности

Издательство Hallmark запустило писательское сообщество для начинающих писательниц африканского происхождения.



Видеоматериалы о коренном населении Америки

Сервис TikTok проводит праздничное мероприятие, посвящённое представителям коренных народов Америки. Пользователи могут рассказать о своих традициях и поделиться с другими пользователями TikTok важной информацией.

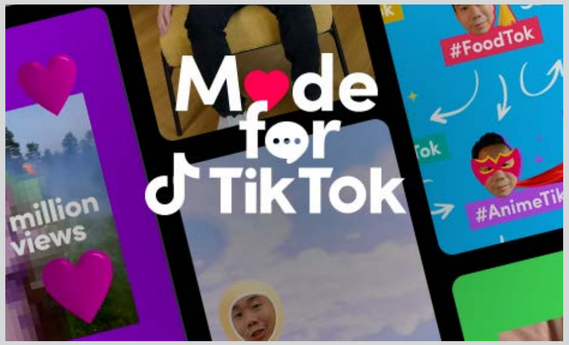


Креативная реклама для смартфонов с пользовательским контентом

Компания Samsung отпраздновала дату выхода своего смартфона Galaxy, использовав ряд идей и материалов, предложенных пользователями.

СОЗДАТЕЛИ КОНТЕНТА ПОЛУЧАЮТ НОВЫЕ НАВЫКИ И ВОЗМОЖНОСТИ В ОБЛАСТИ МАРКЕТИНГА

Последние годы TikTok оказывает колоссальное влияние на все сферы жизни, от поп-культуры до бизнеса. Пользователи, создающие контент на этой платформе, неизбежно будут стремиться расширять свою аудиторию, развивать собственный бренд и получать деньги за свою работу. По мере того, как создание контента становится все более востребованным, платформы все чаще предлагают создателям контента образовательные программы, которые позволяют узнать, как лучше всего продвигать себя на рынке.



Советы по маркетингу

TikTok запустил второй сезон шоу «Сделано для TikTok». В первом сезоне создатель контента Дэвид Ма поделился рядом советов и приемов, которые помогут пользователям повысить популярность свооего TikTok-контента. Второй сезон – ток-шоу с интервью и комедийными скетчами. Ведущими выступает группа создателей контента, которые профессионально работают с брендами.



Библиотеки знаний, открытые пользователям

Социальная сеть «Вконтакте» опубликовала библиотеку «Канон», в которой собраны знания самых разных дизайнеров. Вклад в библиотеку может внести любой сотрудник «Вконтакте».





Креативный университет TikTok

Команда TikTok по партнерству с креативными агентствами (CAP) создала специальную образовательную программу для креативных агентств, которые хотят профессионально работать с контентом TikTok. Обучение по программе должно помочь специалистам агентств научиться эффективно разрабатывать рекламные кампании на базе контента TikTok.



Гибридные платформы для распространения музыки

TikTok запустил SoundOn, универсальную платформу для продвижения и распространения музыкального контента. Платформа призвана помочь начинающим и малоизвестным исполнителям найти свою аудиторию и построить карьеру.

ГИБРИДНАЯ МОДЕЛЬ МАГАЗИНА-РЕСТОРАНА ОБЪЕДИНЯЕТ РИТЕЙЛ И РЕСТОРАННЫЙ БИЗНЕС

Ресторанные дворики и кафе внутри торговых центров уже давно не являются чем-то необычным, но кафе или ресторан, одновременно являющийся и магазином, в котором можно приобрести определенные товары – новое явление. Этот тренд начинает набирать популярность. Такая модель обслуживания работает в режиме «одного окна» и создает большую вовлеченность у клиента. Опыт пандемии изменил отношение клиентов к брендам и компаниям: с развитием электронной коммерции потребители ждут персонализированного подхода к себе со стороны компаний даже в процессе повседневного шопинга. Такие факторы, как удобство и интересный клиентский опыт, доступные во время онлайн-покупок, стали распространяться и на очное посещение торговых пространств.



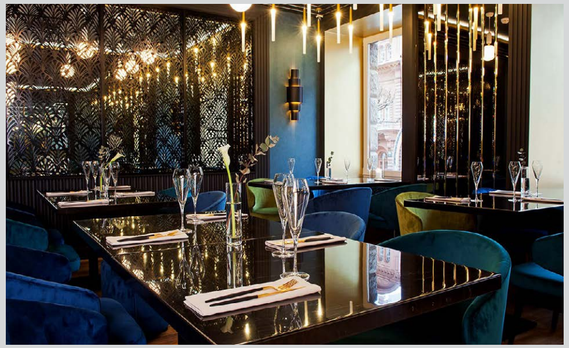
Гибридная модель магазина-ресторана

Британское архитектурно-дизайнерское бюро Farrells восстановило лондонский особняк 19 века, превратив его в магазин-ресторан. Это помогает посетителям проникнуться культурой и настроением этого места.



Кафе-магазины

Сеть кафе Greggs открыла свое новое кафе во флагманском магазине одежды Primark’s. Теперь покупатели могут пообедать после шопинга прямо в помещении магазина.



Ресторан-бутик

Известный бренд швейцарских часов и ювелирных украшений Breitling открыл новый флагманский магазин, совмещенный с рестораном.



Овощная лавка и ресторан, подходящий для аллергиков

Магазин органических продуктов питания Rundle General Store предлагает не только натуральные продукты, но и уютное кафе с гипоаллергенными блюдами и напитками.

БАРЫ И РЕСТОРАНЫ СОЗДАЮТ СООБЩЕСТВА И ЭКОСИСТЕМЫ ДЛЯ ВЗАИМОПОМОЩИ

Предприятия ресторанного бизнеса создают собственные платформы и сообщества для взаимоподдержки и сотрудничества. Это помогает брендам создать более инклюзивную среду для потребителей, расширить или сохранить клиентскую аудиторию (что стало особенно актуальным после пандемии, повлекшей трудности для многих предприятий этой сферы в связи с карантинами и ограничениями). После массового карантина многие потребители переосмыслили собственные ценности и отношение к социальным коммуникациям. Существенная часть клиентской аудитории не спешит возвращаться к работе в офис и посещению ресторанов и торговых площадок, в том числе из-за возможного риска заболевания. В ответ на новые вызовы предприятия общественного питания организовывают собственные сообщества и экосистемы, чтобы поддерживать друг друга, а также предоставлять более широкий и разнообразный комплекс услуг для сохранения интереса потребителей.



Сервисы для продажи лишней еды из ресторанов

Приложение Eatme позволяет кафе, пекарням и ресторанам распродавать остатки еды. В приложении можно как купить готовое блюдо, так и заказать блюдо со скидкой из заготовок, которые через несколько часов пришлось бы выбросить.



Инклюзивные инициативы ресторанов

Сеть ресторанов Open & Proud от мирового бренда Miller запустила программу поддержки социальных меньшинств. Программа позволит компании увеличить количество постоянных клиентов и сделать свои рестораны более инклюзивными.



Кампании в поддержку баров во время и после пандемии

Всемирно известный бренд Heineken поддерживает открытие ряда баров в мире собственными средствами. Это способствует развитию малого бизнеса, а также повышает узнаваемость бренда.



Кампании в поддержку семей сотрудников

Bar Louie’s устраивает «коктейльные вечеринки», направленные на поддержку семей сотрудников бара.



Уникальные тематические рекламные кампании

Производитель виски Tullamore D.E.W. запустил программу, в рамках которой предлагает участникам акции «почувствовать себя настоящими ирландцами». Благодаря этому покупатели могут познакомиться с ирландской культурой.

сделано в России

БРЕНДЫ СОТРУДНИЧАЮТ С МЕДИАПЕРСОНАМИ И КОНТЕНТ-МЕЙКЕРАМИ ЧЕРЕЗ QR-КОДЫ

QR-коды на поверхностях и упаковках товаров стали эффективным инструментом для распространения информации о продукте и дальнейшего вовлечения клиента. Компании стали активно сотрудничать с медиаперсонами и контент-мейкерами, чтобы вывести клиентский опыт на новый уровень. Так как большинство покупателей проводят существенную часть своего времени онлайн, бизнес старается использовать возможности нового цифрового опыта, позволяющего направленно воздействовать на клиентскую аудиторию. Зачастую это возможно благодаря привлечению известных блогеров, медиаперсон и контент-мейкеров. Они способны делать интересный контент, который сможет вызвать интерес клиента, и продвигать товары и услуги компаний-партнеров. Таким образом, реклама продукта через контент (product endorsement) перемещается из области телереклам, фильмов и сериалов непосредственно в социальные сети.



Реклама с интерактивными играми по QR-коду

Компания Avito запустила рекламную кампанию «Сдавайся, если не твое. Не сдавайся пробовать новое!». При переходе по QR-коду пользователь попадает в интерактивную реальность – ему предлагается мини-игра «Попробуй удержаться на сноуборде».



Skittles поддерживает пользовательский контент через QR-коды

На упаковках конфет Skittles есть QR-коды. Просканировав их, клиенты могут посмотреть эксклюзивный пользовательский контент.



Музыкальный QR-суп

Крупнейший в мире производитель консервированных супов Campbell's (США) совместно с Universal Music Group запустил лимитированную серию консервов. На каждой банке есть QR-код, просканировав который пользователь может прослушать музыкальную композицию.



Арт-объекты через QR-код

Производитель конфет M&M's поместил на упаковки своих товаров QR-коды, просканировав которые пользователь может просмотреть обложки легендарных музыкальных альбомов в стилистике бренда. Подобный контент можно использовать для вирального маркетинга.

сделано в России

ПРОИЗВОДИТЕЛИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ ВДОХНОВЛЯЮТСЯ ТРЕНДАМИ TIKTOK

Кулинарные тренды на TikTok, иногда называемые FoodTok, получили распространение во время пандемии – у людей появилось много свободного времени и проснулся интерес к приготовлению еды. Появилось новое поколение гурманов, которые специализируются на несложных, но интересных рецептах, которые можно демонстрировать в коротких видеороликах. Во время пандемии популярность TikTok во всем мире выросла, и тренды начали распространяться «вирусным» путем во многих сферах – особенно в гастрономической сфере. Компании в сфере потребительских товаров черпают вдохновение в этих тенденциях, предлагая продукты разных категорий с теми же вкусовыми профилями, что и в социальной сети.



Лимонад, вдохновленный трендами TikTok

Starbucks включил в летнее меню лимитированный напиток под названием Strawberry Sunset, который получил популярность в TikTok. Популярный напиток содержит зеленый чай, персиковый сироп, клубничный соус и лимонад.



«Возрожденный» вкус

Dr. Pepper временно вернул в свой ассортимент газированный напиток с ягодным вкусом Berries and Cream. Вкус перестал выпускаться в 2006 году, но после того, как одноименная песня из рекламы продукта стала вирусной на TikTok, напиток вернулся – но получить его смогут только победители конкурса, проводимого среди участников программы лояльности бренда.



Коллаборации в ресторанах

Американская сеть ресторанов Denny’s ввела в меню лимитированную линию блюд, созданных совместно с TikTok-инфлюенсерами. Посетители могут попробовать бургер, печенье и фруктовые панкейки.

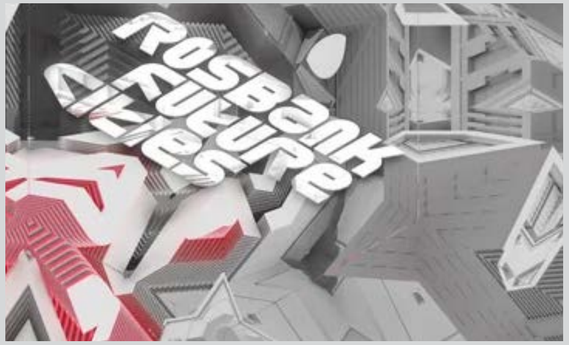


Замороженный йогурт со вкусом баббл-чая

Производитель замороженного йогурта Yogurtland запустил вкус Milk Tea – замороженный йогурт со вкусом баббл-чая с молоком. Баббл-чай, изобретенный на Тайване, в последние годы получил популярность в социальных сетях и часто включается в ассортимент популярных сетей.

ВОЗМОЖНОСТИ МЕТАВСЕЛЕННОЙ ПОЗВОЛЯЮТ СОЗДАВАТЬ ИММЕРСИВНЫЙ КЛИЕНТСКИЙ ОПЫТ

Метавселенная — постоянно действующее виртуальное пространство, где люди могут общаться друг с другом при помощи онлайн-аватаров. Метавселенная позволяет объединить возможности геймификации, дизайна и персонализированного опыта в непрерывный процесс взаимодействия с потребителями. Бренды создают уникальные товары и услуги, которые позволяют делать акцент на персональных потребностях каждого пользователя. Таким образом компании могут завоевывать лояльность и строить долгосрочные отношения со своими клиентами. По мере того, как метавселенная расширяется, компании ищут возможности для усиления взаимодействия с клиентом в новой реальности, чтобы завоевать доверие к своему бренду, а также сделать бизнес-процессы эффективнее.



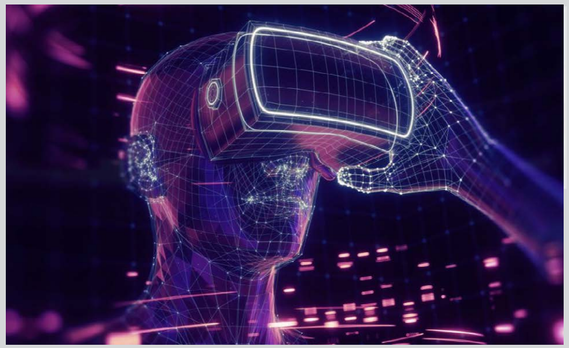
Цифровое искусство в метавселенной

Росбанк запустил Фестиваль цифрового паблик-арта (Rosbank Future Cities) – масштабный проект на стыке современного цифрового искусства, урбанистики и устойчивого развития, призванный способствовать децентрализации культуры. Мероприятие объединит художников и жителей городов России вокруг цифровых метавселенных.



Центры медицинского обслуживания в метавселенной

Дизайн-студия TMRW (ОАЭ) запустила первый центр медицинского обслуживания в метавселенной. На сайте компании пользователи могут зайти в трехмерный медицинский офис, где можно проверить свое здоровье и обновить медицинскую карту.



Компании техподдержки пользователей в метавселенной

Технологическая платформа Helpshift (США) запустила бесплатную программу клиентской поддержки в метавселенной. Стартап позволяет пользователям оставлять отзывы, сообщать об ошибках и предлагать улучшения, находясь в виртуальной реальности.



Кастомизированные платформы поддержки клиентов в метавселенной

Компания ModSquad (США) предлагает полноценную программу поддержки бизнес-клиентов в метавселенной. ModSquad обрабатывает различные типы решений для обслуживания клиентов, от присутствия в социальных сетях и поддержки онлайн-сообществ до модерации контента в режиме реального времени.

ОБУЧЕНИЕ В МЕТАВСЕЛЕННОЙ ДАЕТ БОЛЬШЕЕ ПОГРУЖЕНИЕ, ЧЕМ ОНЛАЙН-КУРСЫ

Обучение в виртуальном пространстве завоевывает популярность в последние годы не только из-за изоляции, связанной с пандемией, но и благодаря возможности обеспечить доступное образование вопреки географическим или финансовым барьерам. Получая образование в метавселенной, пользователи могут получить более глубокий опыт, особенно в сравнении с традиционными онлайн-курсами. Образовательные организации и институты создают новые пространства для обучения: в метавселенной можно найти как специализированные курсы, так и курсы для детей дошкольного возраста.



Обучение моде в метавселенной

Совет модельеров Америки (CFDA) запустил образовательную программу в метавселенной. Программа создана для студентов, которые хотят сократить разрыв между миром моды и Web3.



VR-тренажёры

ОАО «РЖД» разработала собственный VR-тренажёр для обучения сотрудников. Тренажер помогает повысить квалификацию без отрыва от текущих задач. Новый инструмент может моделировать разнообразные нештатные ситуации и позволяет сотрудникам обучаться на дорогах в удаленных местах и в сложных погодных условиях.



Образовательные метавселенные

Компания Mainbot запустила первую обучающую игру в метавселенной под названием Winkyverse. Игра поможет детям понять, как работают современные технологии. Winkyverse построен с использованием технологии блокчейн и имеет свою собственную криптовалюту «Winkies».



Образовательные платформы Web3 по принципу B2B

Платформа Frame позволяет пользователям создавать собственные обучающие пространства в метавселенной. На платформе можно создавать интерактивные 3D-уроки. Также в компании Frame есть штат инженеров и дизайнеров, к которым можно обратиться при создании индивидуальных пространств.

Сделано в России

БРЕНДЫ ЗАПУСКАЮТ СОЦИАЛЬНЫЕ КАМПАНИИ В МЕТАВСЕЛЕННОЙ

Метавселенную можно использовать и в благотворительных целях: таким образом различные организации могут предложить пользователям новый технологический опыт. Такой опыт поможет клиентам решить насущные проблемы реального мира в пространстве метавселенной, а организациям — завоевать новую аудиторию и подписчиков. Такие благотворительные кампании можно проводить при помощи NFT, аватаров в метавселенной, а также создавая социальные сервисы, которые вдохновляют людей на взаимопомощь.



NFT-свадьбы

Сервис Closeup City Hall помогает парам сыграть свадьбу. Проект был запущен, чтобы предоставить возможность заключения брака парам, которым часто отказывают в государственных структурах.



Благотворительные NFT-аукционы

В честь 11-летия благотворительного фонда «Дети-бабочки», помогающего больным буллезным эпидермолизом, 10 диджитал-художников создали 12 NFT-работ, вдохновленных рисунками подопечных фонда. Деньги, вырученные от продажи токенов на маркетплейсе NIFTS, будут переведены в пользу подопечных НКО.



Экологичные NFT-маркетплейсы

Компания Bubblehouse предоставляет возможность приобрести доступные NFT-активы, связанные с «зелеными» инициативами. Платформа поддерживается блокчейном Polygon, который на 99% экологичнее блокчейна Ethereum.



Кампании помощи бездомным в метавселенной-

Компания Entourage запустила социальную кампанию в метавселенной, героем которой является Уилл, первый бездомный в метавселенной. Таким образом компания предлагает позаботиться о самых уязвимых членах общества.

сделано в России

БРЕНДЫ ЗАПУСКАЮТ ГЕЙМИФИЦИРОВАННЫЕ СЕРВИСЫ В МЕТАВСЕЛЕННОЙ

Метавселенная и ее влияние на ряд отраслей расширяются, и потребители начинают все чаще с ней взаимодействовать. Бренды давно общаются с клиентами в социальных сетях, теперь они открывают для себя возможность более непосредственного общения в метавселенной. Виртуальная интерактивность, которая возможна в метавселенной, делает ее идеальным пространством для геймифицированного взаимодействия. Таким образом клиенты могут познакомиться с продуктами брендов на личном опыте.



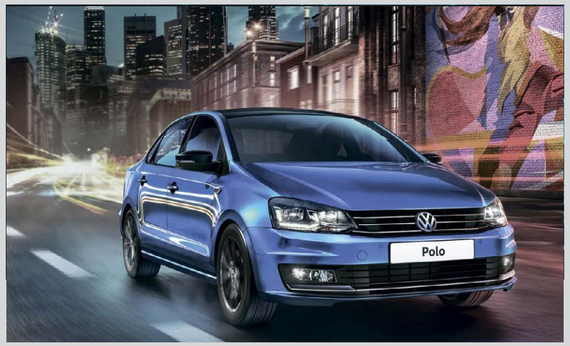
Пространства брендов в метавселенной

Nike Inc. объединилась с игровой платформой Roblox для создания виртуального мира под названием Nikeland. Цифровое пространство позволит оснащать аватары продукцией компании и будет доступно бесплатно всем пользователям платформы Roblox.



Коллаборации с брендами в игровом пространстве

Игра PUBG Mobile провела совместную акцию с брендом чипсов «Московский картофель». На пачках чипсов размещались промокоды для игры, а в самой игре появились брендированные артефакты с игровым лутом.



Квесты на базе NFT

Volkswagen запустила рекламную кампанию в честь выпуска новой модели автомобиля Polo в ЮАР. Компания разработала коллекцию NFT и «спрятала» их в своей рекламе. Участники, которые нашли их первыми, получили эксклюзивные токены, а также другие призы, как виртуальные, так и реальные.



Цифровые буррито

Американский ресторан Chipotle запустил игру Chipotle Burrito Builder на игровой платформе Roblox. Игроки смогут собирать буррито в метавселенной, зарабатывая Burrito Bucks, валюту бренда на платформе. Игровую валюту можно обменивать на купоны в настоящих ресторанах сети.

сделано в России

БРЕНДЫ СОЗДАЮТ ИНТЕГРАЦИИ В ПОПУЛЯРНЫХ ВИДЕОИГРАХ

Благодаря популярности социальных сетей пользователи активно увлекаются контентом, который предлагают им бренды. Однако в последние годы от брендов требуется все больше креативности, чтобы удержать внимание потребителей, при этом важнейшей категорией потребителей становятся дети и подростки. Все более популярным становится маркетинг в видеоиграх. Бренды совместно с создателями видеоигр разрабатывают рекламные элементы – инвентарь, баннеры и многое другое. Рекламу в виртуальном мире уже разместили многие бренды – от производителей ювелирных украшений до брендов средств личной гигиены.



Виртуальная одежда

Шведский бренд H&M выпустил коллекцию одежды в Animal Crossing, популярной видеоигре-симуляторе от Nintendo. Выпуск цифровой коллекции одежды последовал за запуском H&M Looop Island – виртуального острова в игре, посвященного концепции устойчивого развития. Игроки, посещающие этот остров, могут отнести свою игровую одежду в Looop Machine, где она будет переработана в новую одежду.



Виртуальные баннеры в играх

Российская онлайн-платформа Kion в партнерстве с командой Bidease разместила рекламные видеоролики и баннеры в нескольких популярных играх, например Axis Football.

сделано в России



Виртуальные ювелирные украшения

Ювелирный бренд Pandora создал одноименный остров в видеоигре Animal Crossing: New Horizons. Игроки могут посещать зоны для фотосессий с друзьями, ресторан-дайнер в американском стиле, а также дома знаменитостей – партнеров Pandora.



Клубы брендов

Американский ритейлер одежды и аксессуаров American Eagle запустил кампанию на платформе Roblox для продвижения весенней коллекции одежды Members Always, вдохновленной винтажной модой и стилем «преппи» и делающей акцент на инклюзивности. American Eagle совместно с Livetopia, ролевой игрой на Roblox, создал виртуальный клуб AE Members Always Club, в котором пользователи могут пообщаться и познакомиться с одеждой из новой коллекции.