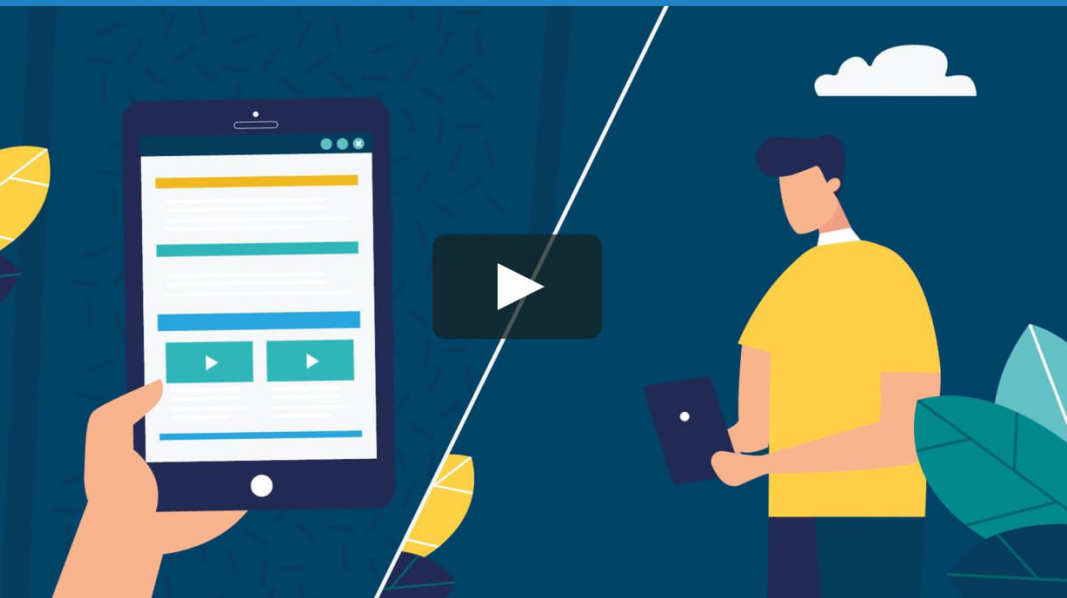


Analys / Kristin Heinonen

Så bevakar du digitala trender

För att kunna skilja på vad som är en ny digital trend respektive en övergående fluga behöver man förstå vad som påverkar trender. Kristin Heinonen hjälper dig och din organisation att bli bättre på omvärldsbevakning.



» Det gömmer sig både hot och möjligheter i digitala trender. Små beteendeförändringar kan få stora konsekvenser för din affärsmodell och kommande teknik kan innebära nya affärsmöjligheter. Men ibland är det svårt i den dagliga verksamheten att hinna lyfta blicken och spana framåt. Framför allt går den tekniska utvecklingen så fort att många upplever att det är krångligt och tidskrävande att hålla koll på nya trender vid horisonten. I denna analys gör Kristin Heinonen ett försök att avmystifiera trendspaning och delar med sig av sina bästa tips på hur du blir en bättre omvärldsbevakare.

1. Välj vad som är relevant

Att brett bevaka allt som kommer i din väg är ineffektivt och kommer bara att leda till en känsla av stress och otillräcklighet. Att bli en bra trendspanare handlar först om att göra ett urval av vad du ska bevaka. En tacksam startpunkt för att hitta rätt ämnen att bevaka är att utgå från dina läsares beteenden. Vilken typ av teknik använder de och hur påverkar det deras vanor? Vilka nya digitala lösningar är på gång? Kan det få konsekvenser för våra affärer? Definiera ett fåtal nyckelord (till exempel voice, AI, mobile payments) och utgå från dem. Redan nu har du gjort ditt uppdrag som omvärldsbevakare enklare och mer tydligt.



KRISTIN HEINONEN

Kristin Heinonen arbetar som digital strateg och är specialiserad på marknadsföring och affärsutveckling. Medgrundare av Sweden Social Web Camp och tidigare vd på byrån Good Old.

"ATT BRETT BEVAKA ALLT SOM KOMMER I DIN VÄG ÄR INEFFEKTIVT "

**Medie
världen**
Premium

2. Börja i ett fåtal källor och öka successivt

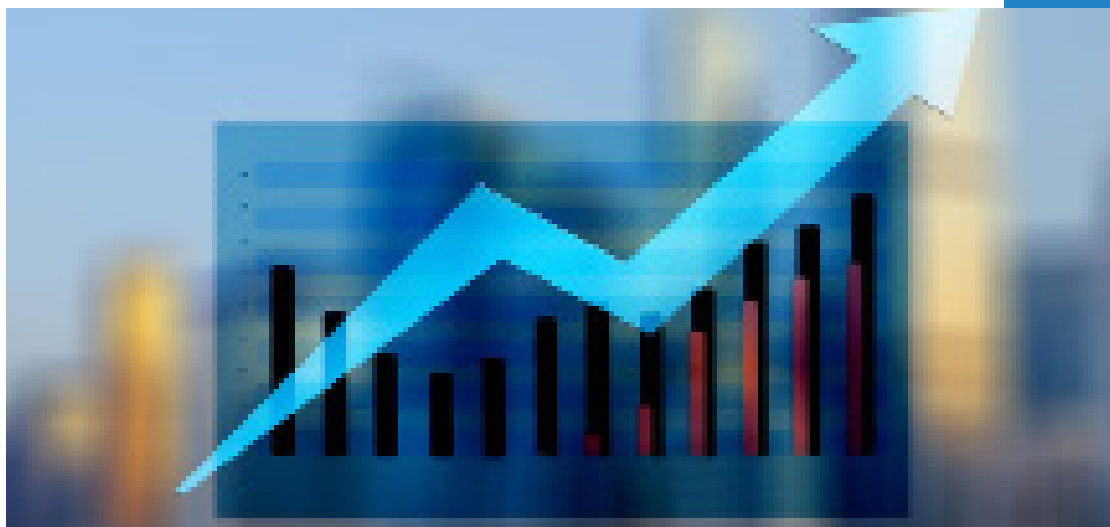
Internet tar aldrig slut och det är en respektingivande uppgift att hitta bra källor. Men med tydliga ämnen är du en bra bit på väg. Sök efter ämnesspecifika nyhetsbrev, podcasts, Medium-artiklar, bloggar och experter. Fråga personer du har förtroende för vad de gärna läser. Konferensprogram är en bra källa till att hitta intressanta profiler att följa. Experter länkar ofta till andra experter, så börja följa några du gillar och fler kommer att dyka upp. För de breda förändringarna i Sverige finns rapporter som publiceras på Internetstiftelsen i Sverige (IIS) och Google driver omvärldsbevakning inom flera olika kategorier på thinkwithgoogle. Försök att få en bevakningsmix av större statistiskt baserade rapporter, blandat med mer djupgående analyser i bloggar, poddar och analysbrev. Du blir aldrig färdig med att hitta dina bästa källor till trendbevakning, så börja med ett fåtal och arbeta dig fram därifrån.

3. Nu bevakar du trender, men hur bedömer du dem?

Trender presenteras ofta i två olika extremer: som övergående flugor, eller megatrender som kommer vända upp och ned på allt. Som omvärldsbevakare är en av de största utmaningarna att bedöma det du läser, att väga in faktorer som sannolikhet, tid och den specifika trendens effekt på just din bransch eller målgrupp.

På nästa sida följer några viktiga faktorer att ta hänsyn till när du bedömer en trend.

"AVVISA INTE TRENDER BARA FÖR ATT DE FÖRST YTTRAR SIG I MÅLGRUPPER SOM INTE ÄR DINA PRIMÄRA"





» Trender håller sig sällan till ett segment

En nytt beteende etableras sällan över en natt utan kan vara en förändring som startar i yngre åldersgrupper för att sedan sprida sig till bredare målgrupper. Så var fallet med sociala medier i hela världen, eller mobilbetalningstjänsten Swishs spridning i Sverige. Därför är det viktigt att inte per automatik avvisa trender bara för att de först yttrar sig i målgrupper som inte är dina primära. Starka trender har generellt en tendens att sprida sig över åldersgränser, marknader och även mellan branscher.

» Din personliga uppfattning påverkar din bedömningsförmåga

Forskning visar att våra personliga erfarenheter färgar av sig på hur vi ser på en trend eller förändring. Om vi inte gillar en viss teknisk utveckling har vi helt enkelt en tendens att underskatta effekterna eller spridningen av den tekniken. På samma sätt kan vi överskatta genomslaget av trender som ligger nära våra egna värderingar och intressen. Var vaksam på dig själv när du tar ställning till trender – finns det risk att du gör en missbedömning på grund av dina egna erfarenheter?

» Trender tar oväntade u-svängar

En annan vanlig miss är att titta på en trend eller förändring och automatiskt tänka att den kommer att fortsätta utvecklas i konstant riktning. Men trender påverkas av flera faktorer samtidigt och gör ibland oberäknliga svängar. I analysen "Sociala medier som nyhetskälla sjunker" lyftes ett tydligt exempel: Under ett par års tid har nyhetskonsument via sociala kanaler sjunkit, särskilt bland unga som överger de stora nätverken till förmån för chattplattformar. Då är det lätt att göra ett vanligt misstag inom trendbevakning och tro att en utveckling alltid fortsätter åt samma håll, och göra den pessimistiska bedömningen att man snart inte längre kan nå unga med nyheter. Men här kommer faktorn politik in i bilden och puttar iväg trenden i en ny riktning. I spåren av växande populism, Donald Trump och desinformation ses nu politiskt

"TRENDER PÅVERKAS
AV FLERA FAKTORER
SAMTIDIGT OCH GÖR
IBLAND OBERÄKNELIGA
SVÄNGAR"

engagerade unga oberoende medier som en viktig del av det öppna samhället och de är plötsligt villiga att betala för nyheter. Digitala prenumerationer och donationsmodeller ökar på flera håll i världen, dels i Skandinavien men också i Storbritannien, Spanien och USA. Enligt Digital News Report hänger betalningsviljan starkt ihop med politisk ståndpunkt och ökningen sker i första hand i yngre målgrupper.

Ett annat intressant exempel är e-handel kontra fysisk handel i USA. För ett par år sedan spåddes en konstant nedgång för den fysiska handeln med en e-handel som gradvis konkurrerar ut den fysiska handeln. Men nu anas en trendsvängning. Kostnaden för digital annonsering har ökat kraftigt, vilket gör det allt dyrare att enbart nå kunder den vägen. Samtidigt sjunker priset på retail space i spåren av shoppingcenterdöden. Effekten? Flera amerikanska e-handelskedjor köper eller hyr nu billiga affärslokaler över hela landet och satsar på omnichannel.

» Kulturella skiften påverkar också

Det är lätt att stirra sig blind på tekniska framsteg, men digitala trender verkar inte i ett vakuum. De påverkas av en mängd kringliggande faktorer utanför teknikens område såsom ekonomi, kultur, politik och rådande normer. Kulturella skiften är svårare att förutse än tekniska skiften, men de har definitivt en påverkan på marknaden och är därför viktiga att hålla ögonen på. Få i mediebranschen anade nog att valet av Trump skulle vara en bidragande faktor till ökad betalningsvilja bland unga läsare, men så verkar alltså vara fallet. I november förra året gick Guardian ut med flera nyheter kring hur de nått milstolpen 1 miljon "supporters" (de har som bekant flera betalmodeller där läsaren både kan prenumerera digitalt och göra enstaka bidrag), varav 70 procent är baserade utanför Storbritannien. En total omsvängning jämfört med för tre år sedan.

Ibland har man tur och hamnar i ett läge där flera trender sammanfaller och förstärker varandra. Det kan göra att förutsättningarna för en produkt eller tjänst plötsligt blir mycket bättre. I Sverige har kombinationen av växande oro för klimatpåverkan (attitydförändring), ökat intresse för den egna hälsan (hälsotrend), god konjunktur (ekonomiska förutsättningar) och politiska initiativ med premier sammantaget lett till en elcykelförsäljning och lastcykelförsäljning som blomstrar.

Den miljömedvetne unga konsumenten köper dock inte bara produkter utan även medier, och medieinitiativ som talar till dennes livsstil och värderingar har nått global framgång. Publikationen Kinfolk startade som en udda, stilren fågel i hipster-meckat Portland och var olikt alla andra magasin med sin minimalistiska estetik och fokus på gemenskap, mat, kreativa profiler och konst, utöver det ovanliga draget att satsa på ett pappersmagasin i den digitala eran.

"IBLAND HAR MAN TUR
OCH HAMNAR I ETT LÄGE
DÄR FLERA TRENDER
SAMMANFALLER OCH
FÖRSTÄRKER VARANDRA"



Medie
världen
Premium

Men Kinfolk träffade mitt i prick i en livsstilstrend. Den ges i dag ut på ett flertal språk och finns även i en japansk upplaga. De har också gett ut två Kinfolk-böcker som säljs över hela världen.

» Den trendbevakande organisationen

När du fått in en vana av att bevaka, bedöma och gradvis lägga till nya källor i din omvärldsbevakning är det dags att sprida kunskapen vidare i organisationen. En metod är att ha ett trendråd varje kvartal där några medarbetare presenterar och diskuterar vilka trender de observerat senaste tiden. Att ha en återkommande punkt gör det lättare att vara motiverad att hålla trendspaningarna vid liv. På ett gemensamt möte kan man också hjälpas åt att kartlägga viktiga kringliggande faktorer som man eventuellt har missat, och stötta varandra i att bedöma vilka trender som är "nice to know" och vilka som behöver lyftas ytterligare i organisationen.



LÄS OCKSÅ:
"Tjänsterna som floppade 2018"

SAMMANFATTNING:

- ◆ Avgränsa vilka ämnen och områden du ska bevaka.
- ◆ Börja med ett fåtal källor och addera nya allt eftersom.
- ◆ Kom ihåg att starka trender ofta sprids snabbt mellan olika branscher och användare.
- ◆ Var vaksam på hur dina egna uppfattningar färgar dina bedömningar.
- ◆ Olika trender kan förstärka varandra och kulturella skiften påverkar också.
- ◆ Kulturella skiften är svårare att förutse än tekniska.
- ◆ Sätt en rutin för hur ni genomför och för vidare omvärldsbevakningen i er organisation.

REKOMMENDERAD LÄSNING:

- ◆ Superforecasting: The Art and Science of Prediction (Tetlock, Gardner 2016)
- ◆ Thinking Fast and Slow (D. Kahneman 2011)
- ◆ iis.se/fakta
- ◆ pewresearch.org
- ◆ thinkwithgoogle.com



LÄS OCKSÅ:
"När nyhetskonsumtionen flyttar till stängda forum"