

Euromonitor opublikował nowy raport dotyczący trendów konsumenckich w 2024 roku

Firma zajmująca się badaniem rynku światowego Euromonitor International opublikowała 15 listopada raport Top Global Consumer Trends 2024. Raport roczny ujawnia pojawiające się trendy, które zapewniają wgląd w zmieniające się wartości konsumentów i bada, w jaki sposób ich zachowanie na nowo definiuje ich motywacje i potrzeby zakupowe.

Najważniejsze światowe trendy konsumenckie wg Euromonitor w 2024 r. to:

1. Zapytaj AI: Nowe narzędzia ewoluują, wpływając na decyzje konsumentów i zmieniając ich oczekiwania dotyczące zaangażowania marki. Platformy te będą coraz bardziej zintegrowane z codziennym życiem konsumentów. Firmy powinny wykorzystywać AI, aby zwiększyć personalizację i poprawić ogólną jakość obsługi klienta.
2. Wspaniałe rozrywki: Konsumenti szukają ucieczki od codziennego stresu i niepokojów, aby oderwać się od codzienności. Około 29% konsumentów czułoby się komfortowo, gdyby marki śledziły ich emocje i personalizowały doświadczenia w oparciu o ich nastroje.
3. Precz z greenwashingiem: Chociaż konsumenti starają się żyć w sposób bardziej zrównoważony, zastanawiają się, czy firmy i rządy w pełni wykorzystują dostępne zasoby, aby wywrzeć znaczący wpływ środowiskowy. Chcą, aby organizacje zintensyfikowały działania i przedstawiły dowody swoich zobowiązań ekologicznych.
4. Stopniowe polaryzowanie: Kwestie polityczne i społeczne stanowią rdzeń tożsamości osobistej. Te systemy przekonań wpływają na perspektywy, wartości i postawy. Konsumenti nie będą powstrzymywać się od wyrażania swoich przekonań. Motywacją do wy-



datków będą odpowiedzialność społeczna, przynależność polityczna i inicjatywy na rzecz zrównoważonego rozwoju.

5. Hakerzy wartości: W obliczu trwającego kryzysu związanego z kosztami życia konsumenci zmieniają swoje nastawienie finansowe, a 44% konsumentów planuje zaoszczędzić więcej pieniędzy w 2023 r. Stosują coraz sprytniejsze strategie, aby uzyskać najlepsze oferty.
6. Pragmatycy dobrego samopoczucia: Konsumenti poszukują szybkich i skutecznych rozwiązań poprawiających ich samopoczucie fizyczne i psychiczne. Wykazana skuteczność będzie odgrywać znaczącą rolę w podejmowaniu przez nich decyzji zakupowych.

Ważne podsumowania 2023 w %

- Ponad 40% konsumentów czułoby się komfortowo, gdyby asystenci głosowi oferowali spersonalizowane rekomendacje, ale mniej niż jedna piąta miała to samo zdanie na temat wykorzystywania botów do odpowiadania na złożone pytania dotyczące obsługi klienta.
- Kwestie środowiskowe pozostają na pierwszym planie. Ponad 60% konsumentów w 2023 roku starało się mieć pozytywny wpływ na środowisko.
- W 2023 r. 52% konsumentów kupowało wyłącznie od firm lub marek, którym całkowicie ufało.
- 53% profesjonalistów stwierdziło, że eskalacja inicjatyw promocyjnych będzie strategicznym priorytetem ich firmy w nadchodzących miesiącach.
- 85% konsumentów byłoby skłonnych zapłacić więcej za produkty kosmetyczne o udowodnionej skuteczności lub zaletach.

Zoomark przedstawia „Spotlight on Pets”, nową kampanię komunikacyjną XXI edycji Targów

Zaledwie kilka miesięcy po niezwykle udanej edycji 2023 Zoomark rozpoczyna kampanię rejestracyjną na 2025 rok z zupełnie nowym wizerunkiem, który będzie towarzyszył całej komunikacji międzynarodowych targów do następnej edycji zaplanowanej na 5–7 maja 2025 w BolognaFiere. Spotlight on Pets jest projektem identyfikacji wizualnej, który zwiastuje nowy kierunek w stylu komunikacji. Nowy slogan – „Większy i odważniejszy” (ang. Bigger and Bolder) – podkreśla cel targów Zoomark, jakim jest bycie imprezą większą niż kiedykolwiek wcześniej (pod względem powierzchni wystawienniczej, liczby stoisk i gości z zagranicy), a także bardziej ambitną w swoich projektach i celach. Edycja 2025 będzie obejmować wiele specjalnych projektów, wydarzeń

i pogłębionych dyskusji, dzięki którym udział w Zoomark będzie jeszcze bardziej wciągający i pełen istotnych spostrzeżeń dla rozwoju biznesu.

Nowa koncepcja, wyrażona w identyfikacji wizualnej opartej na wielu elementach, w celowo prostym, ale bardzo efektownym stylu, skupia uwagę na zwierzętach domowych, wszystkich zwierzętach domowych – psach, kotach, ptakach, rybach, gryzoniach i nie tylko. Ton jest zabawny, świeży i ultranowoczesny, ponieważ o to właśnie chodzi w Zoomark: to niezbędne wydarzenie B2B, które jest dynamiczne, tętniące życiem i nowatorskie.

Nowy wizerunek ma bardzo prostą, ale niezwykle ważną wiadomość: zwierzęta domowe, ich potrzeby i wymagania są w centrum uwagi Zoomark 2025, zarówno w świecie wirtualnym, na odnowionej stronie internetowej www.zoomark.it, jak i we wszystkich mediach społecznościowych Zoomark a także w świecie rzeczywistym, w halach BolognaFiere, w dniach 5–7 maja 2025 r.

ZOOMARK
5–7 May 2025
BolognaFiere, Italy

