

Retail- og Digitaliseringsdagen 2024

The Future Of Retail Trends & Insights

Chief Futurist

Anne Skare Nielsen





MERE <-> BEDRE

Succes er ikke "mere" men "bedre".

Fra at måle alting i mere, større, flere eller hurtigere, til at måle på bedre, på kvalitet, og reel positiv påvirkning på os selv og vores omverden.



E-COMMERCE <-> ALL IN-COMMERCE

Grænsen mellem indhold og handel vil fortsætte med at udviskes. Flere websteder vil integrere shoppingfunktioner direkte i ALT indhold, såsom billeder, videoer og opslag på sociale medier, hvilket forgrener e-handelsoplevelsen.

Fra at navigere til en shop et sted, så vil shoppen være hele websitet.



MARKEDSANALYSE <-> NEUROMARKETING

Fra at analysere og gætte på, hvad folk vil ha' til at teste deres reaktion på idéer, brands og reklamer i real time. Fremtidens marketing manipulerer længere og længere ind i sindet. Ved hjælp af MR-scanninger, eye-tracking, sensorer på kroppen der måler blodtryk og impulser designs uimodståelige oplevelser både i fysiske rum og online.



LEKSIKON <-> TRÆNINGSSITE

Hjemmesider startede med at være visitkort med strøm i. Herefter har de udviklet sig til at være leksikoner, hvor alt kan proppes ind, og så må de besøgende selv finde ud af resten.

I fremtiden vil hjemmesiden blive til en relation, et træningssite eller et interface for kun at få den viden, jeg har brug for nu.



AI <-> AI Teams

Mennesker bliver ikke udkonkurreret af kunstig intelligens (A.I.) men af mennesker+A.I.

AI tager det kedelige og grove så vi bliver friset til at lave det nye og sjove.

Forvent at jobmatching, personlighedstests og teamsammensætning bliver A.I-baseret.



INDE-FRA-UD <-> UDEFRA-IND

Offentlige institutioner, myndigheder og virksomheder skal vænne sig til at borgere og kunder boykotter gammeldags interfaces og mailsystemer, og i stedet designer og bygger det, de ønsker sig selv.

Organiserede grupper vil idéudvikle og co-create løsninger, der kan adapteres af det etablerede.



VISIONÆR <-> VISIONÆRE

Mange menneskers standardindstilling er "at nogen vil gøre noget." Vi er gode til at kritisere og snakke om problemer, men vi ser ikke os selv som de egentlige forandringskabere.

I fremtiden er vi langt mere visionære sammen. Hvad vi mangler i individuelt drive, vil vi finde i fællesskabets evne til at rykke i flok.



AUTOMATISK <-> AUTOMAGIC

Hvor vi før skulle vælge mellem ikke-skalerbar service med "magi" eller automatisk service uden "magi", vil vi se foreningen af begge i "automagiske" løsninger.

Vi vil opleve skræddersyet service med magi, der kører flydende og automatisk, hvilket giver os den eftertragtede "wow-oplevelse."



TECH OVERLOAD <-> SECOND BRAIN

Just as a GPS in traffic functions as an extension of the driver's brain - a "second driver's brain," AI/tech will function as a second brain in your industry. It will help, support, sponsor, and guide and be able to retrieve data and visualize correlations in real-time.



DYNAMISK <-> FORUDSEENDE

Dynamiske hjemmesider er flotte, tydelige og tilpasser sig alle skærme og lokationer.

Forvent at det næste der kommer (vha. A.I og immersive teknologier) bliver super-skræddersyede, interaktive og adfærds-forudseende services.





EGENSKAB Turist mode



fleksibelt mindset og du kan hacke din
irriterer dig. Du kan se nye muligheder
tunnelsynet og træls

eret, siger du "interessant eller
else i det budskab der ligger gemt.

em at være ligeglad og i dine



Tourist mode “on”

Nådada!



Nådada ...



A close-up photograph of an owl's head, showing its brown and white mottled feathers and a large, bright yellow eye. The owl is looking slightly to the right. A black rectangular box with white text is overlaid on the right side of the image.

NådaDA!

Nåå dada!



Hvad kom først? Bilen eller kørekortet?





MERE <-> BEDRE

Succes er ikke "mere" men "bedre".

Fra at måle alting i mere, større, flere eller hurtigere, til at måle på bedre, på kvalitet, og reel positiv påvirkning på os selv og vores omverden.



E-COMMERCE <-> ALL IN-COMMERCE

Grænsen mellem indhold og handel vil fortsætte med at udviskes. Flere websteder vil integrere shoppingfunktioner direkte i ALT indhold, såsom billeder, videoer og opslag på sociale medier, hvilket forgrener e-handelsoplevelsen.

Fra at navigere til en shop et sted, så vil shoppen være hele websitet.



MARKEDSANALYSE <-> NEUROMARKETING

Fra at analysere og gætte på, hvad folk vil ha' til at teste deres reaktion på idéer, brands og reklamer i real time. Fremtidens marketing manipulerer længere og længere ind i sindet. Ved hjælp af MR-scanninger, eye-tracking, sensorer på kroppen der måler blodtryk og impulser designs uimodståelige oplevelser både i fysiske rum og online.



LESIKON <-> TRÆNINGSSITE

Hjemmesider startede med at være visitkort med strøm i. Herefter har de udviklet sig til at være leksikoner, hvor alt kan proppes ind, og så må de besøgende selv finde ud af resten.

I fremtiden vil hjemmesiden blive til en relation, et træningssite eller et interface for kun at få den viden, jeg har brug for nu.



AI <-> AI Teams

Mennesker bliver ikke udkonkurreret af kunstig intelligens (A.I.) men af mennesker+A.I.

AI tager det kedelige og grove så vi bliver fristet til at lave det nye og sjove.

Forvent at jobmatching, personlighedstests og teamsammensætning bliver A.I.-baseret.



INDE-FRA-UD <-> UDEFRA-IND

Offentlige institutioner, myndigheder og virksomheder skal vænne sig til at borgere og kunder boykotter gammeldags interfaces og mailsystemer, og i stedet designer og bygger det, de ønsker sig selv.

Organiserede grupper vil idéudvikle og co-create løsninger, der kan adapteres af det etablerede.



VISIONÆR <-> VISIONÆRE

Mange menneskers standardindstilling er "at nogen vil gøre noget." Vi er gode til at kritisere og snakke om problemer, men vi ser ikke os selv som de egentlige forandringskabere.

I fremtiden er vi langt mere visionære sammen. Hvad vi mangler i individuelt drive, vil vi finde i fællesskabets evne til at rykke i flok.



AUTOMATISK <-> AUTOMAGIC

Hvor vi før skulle vælge mellem ikke-skalerbar service med "magi" eller automatisk service uden "magi", vil vi se foreningen af begge i "automagiske" løsninger.

Vi vil opleve skræddersyet service med magi, der kører flydende og automatisk, hvilket giver os den eftertragtede "wow-oplevelse."



TECH OVERLOAD <-> SECOND BRAIN

Just as a GPS in traffic functions as an extension of the driver's brain - a "second driver's brain," AI/tech will function as a second brain in your industry. It will help, support, sponsor, and guide and be able to retrieve data and visualize correlations in real-time.



DYNAMISK <-> FORUDSEENDE

Dynamiske hjemmesider er flotte, tydelige og tilpasser sig alle skærme og lokationer.

Forvent at det næste der kommer (vha. A.I. og immersive teknologier) bliver super-skræddersyede, interaktive og adfærds-forudseende services.





Når verden ændrer sig ..

.. ikk' vær' en spøgelsesbilist!

A conceptual image with a light blue background. In the upper left, a man in a dark suit and striped tie is shown from the waist up, leaning forward and shining a blue flashlight. The beam of light is directed into the head of a large, dark silhouette of a man in a suit, which occupies the lower half of the frame. A white speech bubble is positioned to the right of the flashlight's beam.

**hmmm ..
.. looks like
windows 98**

Nuet er for sent!



2215+810



MERE <-> BEDRE

Succes er ikke "mere" men "bedre".

Fra at måle alting i mere, større, flere eller hurtigere, til at måle på bedre, på kvalitet, og reel positiv påvirkning på os selv og vores omverden.



E-COMMERCE <-> ALL IN-COMMERCE

Grænsen mellem indhold og handel vil fortsætte med at udviskes. Flere websteder vil integrere shoppingfunktioner direkte i ALT indhold, såsom billeder, videoer og opslag på sociale medier, hvilket forgrener e-handelsoplevelsen.

Fra at navigere til en shop et sted, så vil shoppen være hele websitet.



MARKEDSANALYSE <-> NEUROMARKETING

Fra at analysere og gætte på, hvad folk vil ha' til at teste deres reaktion på idéer, brands og reklamer i real time. Fremtidens marketing manipulerer længere og længere ind i sindet. Ved hjælp af MR-scanninger, eye-tracking, sensorer på kroppen der måler blodtryk og impulser designs uimodståelige oplevelser både i fysiske rum og online.



LESIKON <-> TRÆNINGSSITE

Hjemmesider startede med at være visitkort med strøm i. Herefter har de udviklet sig til at være leksikoner, hvor alt kan proppes ind, og så må de besøgende selv finde ud af resten.

I fremtiden vil hjemmesiden blive til en relation, et træningssite eller et interface for kun at få den viden, jeg har brug for nu.



AI <-> AI Teams

Mennesker bliver ikke udkonkurreret af kunstig intelligens (A.I.) men af mennesker+A.I.

AI tager det kedelige og grove så vi bliver fristet til at lave det nye og sjove.

Forvent at jobmatching, personlighedstests og teamsammensætning bliver A.I.-baseret.



INDE-FRA-UD <-> UDEFRA-IND

Offentlige institutioner, myndigheder og virksomheder skal vænne sig til at borgere og kunder boykotter gammeldags interfaces og mailsystemer, og i stedet designer og bygger det, de ønsker sig selv.

Organiserede grupper vil idéudvikle og co-create løsninger, der kan adapteres af det etablerede.



VISIONÆR <-> VISIONÆRE

Mange menneskers standardindstilling er "at nogen vil gøre noget." Vi er gode til at kritisere og snakke om problemer, men vi ser ikke os selv som de egentlige forandringskabere.

I fremtiden er vi langt mere visionære sammen. Hvad vi mangler i individuelt drive, vil vi finde i fællesskabets evne til at rykke i flok.



AUTOMATISK <-> AUTOMAGIC

Hvor vi før skulle vælge mellem ikke-skalerbar service med "magi" eller automatisk service uden "magi", vil vi se foreningen af begge i "automagiske" løsninger.

Vi vil opleve skræddersyet service med magi, der kører flydende og automatisk, hvilket giver os den eftertragtede "wow-oplevelse."



TECH OVERLOAD <-> SECOND BRAIN

Just as a GPS in traffic functions as an extension of the driver's brain - a "second driver's brain," AI/tech will function as a second brain in your industry. It will help, support, sponsor, and guide and be able to retrieve data and visualize correlations in real-time.



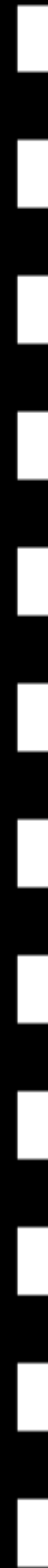
DYNAMISK <-> FORUDSEENDE

Dynamiske hjemmesider er flotte, tydelige og tilpasser sig alle skærme og lokationer.

Forvent at det næste der kommer (vha. A.I og immersive teknologier) bliver super-skræddersyede, interaktive og adfærds-forudseende services.



Mere
Leksikon
Menneske
Tech overload
Automatisk
Visionær
Indefra-ud
E-commerce
Dynamisk
Markedsanalyse



Bedre
Træningssite
Menneske + AI
Second brain
Automagisk
Visionære
Udefra-ind
All-in-commerce
Forudseende
Neuromarketing



MERE <-> BEDRE

Succes er ikke "mere" men "bedre".

Fra at måle alting i mere, større, flere eller hurtigere, til at måle på bedre, på kvalitet, og reel positiv påvirkning på os selv og vores omverden.



E-COMMERCE <-> ALL IN-COMMERCE

Grænsen mellem indhold og handel vil fortsætte med at udviskes. Flere websteder vil integrere shoppingfunktioner direkte i ALT indhold, såsom billeder, videoer og opslag på sociale medier, hvilket forgrener e-handelsoplevelsen.

Fra at navigere til en shop et sted, så vil shoppene være hele websitet.



MARKEDSANALYSE <-> NEUROMARKETING

Fra at analysere og gætte på, hvad folk vil ha' til at teste deres reaktion på idéer, brands og reklamer i real time. Fremtidens marketing manipulerer længere og længere ind i sindet. Ved hjælp af MR-scanninger, eye-tracking, sensorer på kroppen der måler blodtryk og impulser designs uimodståelige oplevelser både i fysiske rum og online.



LESIKON <-> TRÆNINGSSITE

Hjemmesider startede med at være visitkort med strøm i. Herefter har de udviklet sig til at være leksikoner, hvor alt kan proppes ind, og så må de besøgende selv finde ud af resten.

I fremtiden vil hjemmesiden blive til en relation, et træningssite eller et interface for kun at få den viden, jeg har brug for nu.



AI <-> AI Teams

Mennesker bliver ikke udkonkurreret af kunstig intelligens (A.I.) men af mennesker+A.I.

AI tager det kedelige og grove så vi bliver fristet til at lave det nye og sjove.

Forvent at jobmatching, personlighedstests og teamsammensætning bliver A.I.-baseret.



INDE-FRA-UD <-> UDEFRA-IND

Offentlige institutioner, myndigheder og virksomheder skal vænne sig til at borgere og kunder boykotter gammeldags interfaces og mailsystemer, og i stedet designer og bygger det, de ønsker sig selv.

Organiserede grupper vil idéudvikle og co-create løsninger, der kan adapteres af det etablerede.



VISIONÆR <-> VISIONÆRE

Mange menneskers standardindstilling er "at nogen vil gøre noget." Vi er gode til at kritisere og snakke om problemer, men vi ser ikke os selv som de egentlige forandringskabere.

I fremtiden er vi langt mere visionære sammen. Hvad vi mangler i individuelt drive, vil vi finde i fællesskabets evne til at rykke i flok.



AUTOMATISK <-> AUTOMAGIC

Hvor vi før skulle vælge mellem ikke-skalerbar service med "magi" eller automatisk service uden "magi", vil vi se foreningen af begge i "automagiske" løsninger.

Vi vil opleve skræddersyet service med magi, der kører flydende og automatisk, hvilket giver os den eftertragtede "wow-oplevelse."



TECH OVERLOAD <-> SECOND BRAIN

Just as a GPS in traffic functions as an extension of the driver's brain - a "second driver's brain," AI/tech will function as a second brain in your industry. It will help, support, sponsor, and guide and be able to retrieve data and visualize correlations in real-time.



DYNAMISK <-> FORUDSEENDE

Dynamiske hjemmesider er flotte, tydelige og tilpasser sig alle skærme og lokationer.

Forvent at det næste der kommer (vha. A.I. og immersive teknologier) bliver super-skræddersyede, interaktive og adfærds-forudseende services.





MERE ↔ BEDRE

Success er ikke "mere" men "bedre".

Fra at måle alting i mere, større, flere eller hurtigere, til at måle på bedre, på kvalitet, og real positiv påvirkning på os selv og vores omverden.



E-COMMERCE ↔ ALL IN-COMMERCE

Grænsen mellem indhold og handel vil fortsætte med at udviskes. Flere websteder vil integrere shoppingfunktioner direkte i AI/T indhold, såsom billeder, videoer og opslag på sociale medier, hvilket forøger den handleoplevelsen.

Fra at navigere til en shop et sted, så vil shoppen være hele webstedet.



MARKEDSANALYSE ↔ NEUROMARKETING

Fra at analysere og gætte på, hvad folk vil ha' til at teste deres reaktion på ideer, brands og reklamer i real time. Fremtidens marketing manipulerer længere og længere ind i sindet. Ved hjælp af fMRI-scanninger, eye tracking, sensorer på kroppen der måler blodtryk og impulser designer umiddelbare oplevelser både i fysiske rum og online.



LEKSIKON ↔ TRÆNINGSSITE

Hjemmesider startede med at være visitkort med strøm i. Herefter har de udviklet sig til at være leksikoner, hvor alt kan gøres ind, og så må de besøgende selv finde ud af resten.

I fremtiden vil hjemmesiden blive til en relation, et træningssite eller et interface for kun at få den viden, jeg har brug for nu.



AI ↔ AI Teams

Mennesker bliver ikke udkonkureret af kunstig intelligens (AI) men af mennesker + AI.

AI tager det kedelige og grove så vi bliver friere til at lave det nye og sjove.

Forvent at jobmatching, personlighedsindsigt og teamansamling bliver AI baseret.



INDE-FRA-UD ↔ UDEFRA-IND

Offentlige institutioner, myndigheder og virksomheder skal være sig til at borgere og kunder bygger gemmelde interface og mætheden, og i stedet designer og bygger det, de ønsker sig selv.

Organiserede grupper vil skabe og co-create løsninger, der kan adopteres af det etablerede.



VISIONÆR ↔ VISIONÆRE

Mange menneskers standardindstilling er "at nogen vil gøre noget." Vi er gode til at kritisere og skabe omproblemer, men vi ser ikke os selv som de egentlige forandringsaktører.

I fremtiden er vi langt mere visionære sammen. Hvad vi mangler i individuelt drive, vil vi finde i fællesskabets evne til at rykke i folk.



AUTOMATISK ↔ AUTOMAGIC

Hvor vi har skulle vælge mellem ikke skæbne service med "magi" eller automatisk service uden "magi", vil vi se foreningen af begge i "automagiske" løsninger.

Vi vil opleve skæbne service med magi, der kører flydende og automatisk, hvilket giver os den eftertragtede "wow-oplevelse."



TECH OVERLOAD ↔ SECOND BRAIN

Just as a GPS in traffic functions as an extension of the driver's brain - a "second driver's brain," AI will function as a second brain in your industry. It will help, support, sponsor, and guide and be able to retrieve data and visualize correlations in real time.



DYNAMISK ↔ FORTSÆNDE

Dynamiske hjemmesider er flotte, tydelige og tilpasser sig alle skærme og lokationer. Forvent at det næste der kommer (fx. AI og immersive teknologier) bliver super-dinamiske, interaktive og effektivt-fortsættende services.

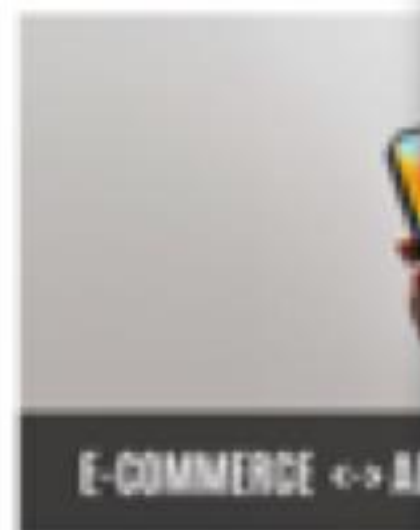




MERE <-> BEDRE

Success er ikke "mere" men "bedre".

Fra at måle alting i mere, større, flere eller hurtigere, til at måle på bedre, på kvalitet, og med positiv påvirkning på os selv og vores omverden.



E-COMMERCE <-> AI

Grænsen mellem indhold og mediet at udvides. Flere web shoppingfunktioner direkte billeder, videoer og lydtegn. Heltet forbrugere har

Fra at navigere til en shop i vores hele



AI <-> AI Teams

Mennesker bliver ikke udkonkurreret af kunstig intelligens (A.I) men af mennesker+A.I.

AI tager det kedelige og grove så vi bliver friset til at lave det nye og sjove.

Forvent at jobmatching, personlighedstests og teamsammensætning bliver A.I-baseret.



KON <-> TRÆNINGSSITE

startede med at være visitkort med efter har de udviklet sig til at være et alt kan bruges ind, og så må de endelig finde ud af resten.

Hjernen bliver til en relation, et eller et interface for kun at få den, jeg har brug for nu.



AI <-> AI Teams

Mennesker bliver ikke udkonkurreret af kunstig intelligens (A.I) men af mennesker+A.I.

AI tager det kedelige og grove så vi bliver friset til at lave det nye og sjove.

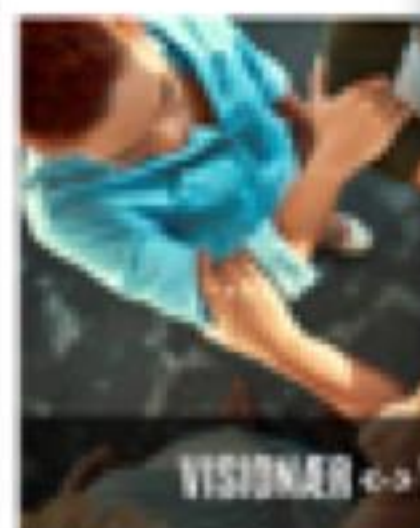
Forvent at jobmatching, personlighedstests og teamsammensætning bliver A.I-baseret.



INDE-FRA-UD <-> UDEFRA-IND

Offentlige institutioner, myndigheder og virksomheder skal vænne sig til at borgere og kunder bygger gamle interface og mælsystemer, og i stedet designer og bygger det, de ønsker sig selv.

Organiserede grupper vil skabe og co-create løsninger, der kan adopteres af det etablerede.



VISIONER <-> V

Mange menneskers standard vil gøre noget. * Vi er gode til at løse problemer, men vi ser egentlige forandr

I fremtiden er vi langt mere Hvad vi mangler i individuelle fællesskaber er mere



ERLOAD <-> SECOND BRAIN

is traffic functions as an extension of brain -> "second driver's brain," function as a second brain in your I help, support, sponsor, and guide to its various data and visual simulations in real time.



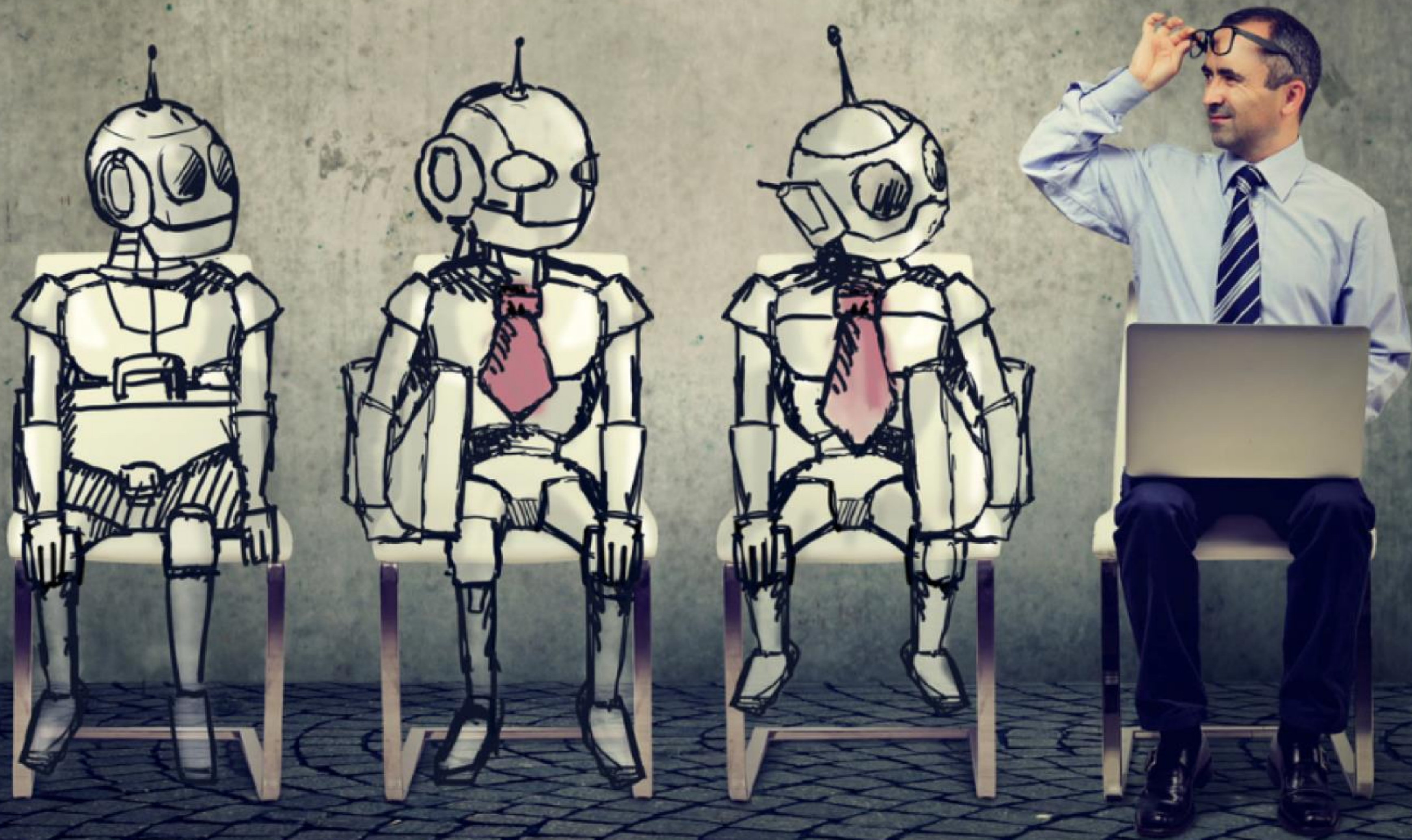
DYNAMISK <-> FORUDSEENDE

Dynamiske hjemmesider er flotte, tydelige og tilpasser sig alle skærme og lokationer. Forvent at det næste der kommer (fx. AI og immersive teknologier) bliver super-dinamiske, interaktive og effektivt-forudseende services.





HeyGen



Overhalingsbanen

Mere

Leksikon

Menneske

Tech overload

Automatisk

Visionær

Indefra-ud

E-commerce

Dynamisk

Markedsanalyse



Creepy.. but kind of awesome

Bedre

Træningssite

Menneske + AI

Second brain

Automagisk

Visionære

Udefra-ind

All-in-commerce

Forudseende

Neuromarketing

Få mine slides + trends & podcast

FUTURIST FREE



Sign up



Anne Skare Nielsen - anne@universalfuturist.com - +45 6179 9002

