

Raport „Accenture Life Trends 2025” rzuca światło na kluczowe trendy konsumenckie nadchodzącego roku, wskazując na coraz większe wyzwania związane z użytkowaniem technologii. Wśród najważniejszych zjawisk wyróżniają się rosnąca nieufność wobec treści dostępnych online, potrzeba zdrowego balansu między życiem cyfrowym a rzeczywistym oraz adaptacja do dynamicznie rozwijających się narzędzi, takich jak generatywna sztuczna inteligencja (genAI).

Koszt niepewności – problem zaufania w erze sztucznej inteligencji

Sztuczna inteligencja, zwłaszcza w swojej generatywnej formie, zaciera granice między rzeczywistością a fikcją. Według raportu, aż 60% respondentów wątpi w jakość treści dostępnych w internecie. Obawy dotyczą nie tylko wiarygodności zdjęć produktów czy artykułów, ale także autentyczności recenzji – problem, który już teraz jest powszechny. Przykładowo, w 2022 roku platforma TripAdvisor usunęła ponad 1,3 miliona fałszywych opinii.

Zjawisko to stawia wyzwania przed markami, które muszą modernizować procesy moderowania treści i wprowadzać transparentne metody weryfikacji swoich produktów. Konsumenci coraz częściej oczekują, że autentyczność będzie oczywistością, a nie wynikiem czasochłonnej analizy.

Rodzicielski dylemat i budowanie zdrowych relacji z technologią

Kolejnym istotnym trendem jest potrzeba zdefiniowania roli technologii w życiu młodego pokolenia. Rodzice i opiekunowie stają przed dylematem, jak uczyć młodych użytkowników odpowiedzialnego korzystania z technologii, jednocześnie ograniczając jej potencjalnie szkodliwe skutki.

Już teraz pojawiają się pierwsze inicjatywy zmierzające do systemowego ograniczenia dostępu nieletnich do internetu. Ekspertsi podkreślają, że dążenie do równowagi między życiem online a offline będzie kluczowym wyzwaniem w nadchodzących latach.

Generatywna AI – szanse i wyzwania w miejscu pracy

Rozwój narzędzi opartych na sztucznej inteligencji wprowadza nowe możliwości, takie jak zwiększenie produktywności (44% respondentów) i poprawa jakości pracy (38%). Jednocześnie wiąże się ze stresem technologicznym – stanem, w którym pracownicy czują się przytłoczeni i niepewni.

Wdrożenie AI wymaga przemyślanej strategii, której, według badania, brakuje w 75% firm. Pracodawcy muszą zadbać o to, by proces ten uwzględniał potrzeby pracowników i minimalizował ich obawy, zwłaszcza dotyczące bezpieczeństwa zatrudnienia.

Powrót do autentycznych doświadczeń

Zmęczenie życiem online prowadzi do rosnącej popularności trendu „powrotu do autentycznych doświadczeń”. Dwie trzecie przedstawicieli pokolenia Z i milenialsów przyznaje, że spędza w internecie więcej czasu, niż by chciał. Jednocześnie 40% respondentów swoje najlepsze wspomnienia z ostatniego tygodnia przypisało wydarzeniom w świecie rzeczywistym, a jedynie 15% – tym z przestrzeni cyfrowej.

Marki, które dotychczas opierały swoje strategie komunikacji na mediach społecznościowych, muszą przygotować się na zmiany w preferencjach konsumentów. Potrzeba równowagi między światem online a

Kategoria: Styl życia

Opublikowano: środa, 08, styczeń 2025 11:15

Tomasz Smaś

Odśłony: 1598

offline stanie się coraz ważniejsza.

Co przyniesie przyszłość?

Raport „Accenture Life Trends 2025” pokazuje, że technologie, choć oferują ogromne możliwości, niosą również wyzwania. Konsumenci, marki i pracodawcy będą musieli wspólnie pracować nad budowaniem zaufania, zdrowymi relacjami z technologią oraz tworzeniem środowiska, w którym innowacje służą ludziom, a nie odwrotnie. W nadchodzącym roku kluczowa okaże się umiejętność adaptacji oraz szukanie równowagi w coraz bardziej cyfrowym świecie.

Źródło: Newseria