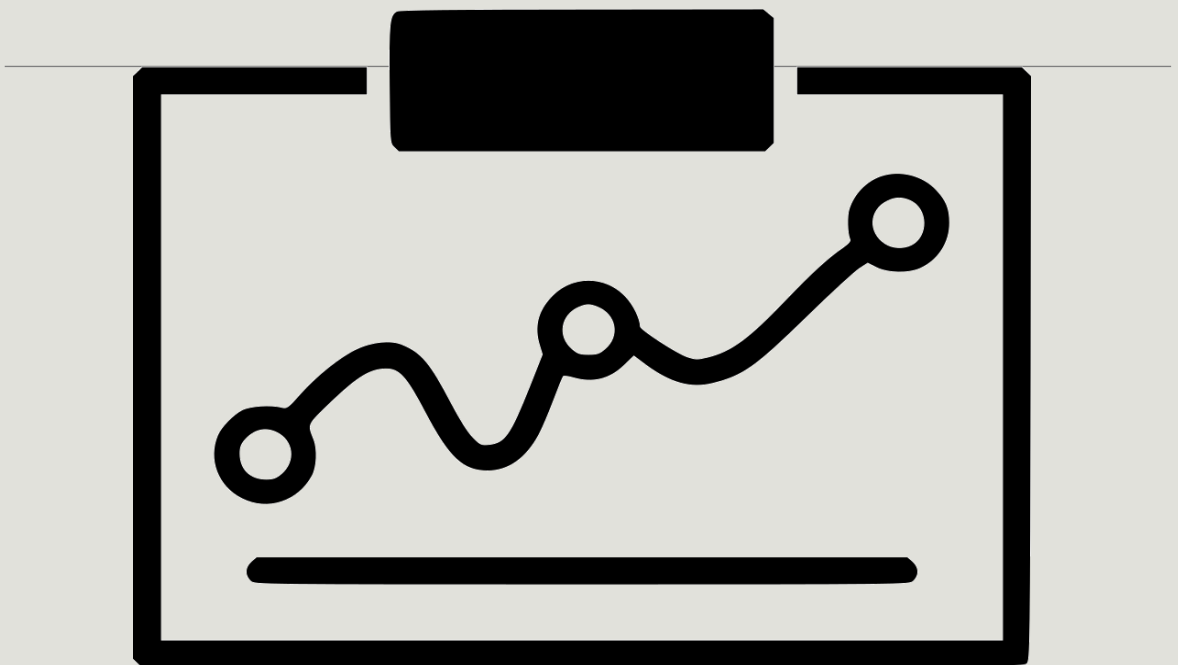




Raport trendowy

dla firmy informatycznej



Generalne założenie przeprowadzonej analizy trendów

Założeniem raportu trendowego przygotowanego przez nasz zespół dla firmy informatycznej jest przedstawienie propozycji zmian i kierunku rozwoju. Pokażemy trendy, które mają wpływ na branżę i przedsiębiorstwo.



Cel raportu

Raport należy traktować jako wskazanie możliwych kierunków zmian, za którymi może podążać firma, by uzyskać lepsze rezultaty swojej pracy w przyszłości. Jest on swego rodzaju propozycją, którą przedstawiamy firmie, aby ułatwić jej prosperowanie z wykorzystaniem obecnie funkcjonujących trendów.





Jak rozumie się trendy w raporcie

Trendy przedstawione w raporcie określają tendencje czy kierunki rozwoju branży, w tym wypadku technologicznej. Trendy ogólne stanowią generalne tło dla najważniejszych zmian zachodzących w rzeczywistości, natomiast trendy branżowe wyznaczają kierunki rozwoju interesujących nas branż.

Z jakich źródeł informacji korzystaliśmy podczas przygotowania raportu

- 
- Deloitte. - “Beyond the Noise. The Megatrends of Tomorrow’s World”
 - Mega Trends Defining Our Future: Are You Ready? - “World’s Top Global Mega Trends To 2025 and Implications to Business, Society and Cultures”
 - Sarah Boumphrey and Zandi Brehmer - “ Megatrend Analysis Putting the Consumer at the Heart of Business”
 - trendhunter.com
 - wywiad przeprowadzony z przedstawicielem firmy
- 

Metodologia

- MATRYCA ANALIZY FIRMY

- ANALIZA STEEP (MAPA KONTEKSTÓW) DLA BRANŻY TECHNOLOGICZNEJ + SZANSE I ZAGROŻENIA

- ANALIZA SWOT DLA FIRMY + MOCNE I SŁABE STRONY

- WYWIAD Z FIRMĄ ORAZ MATRYCA WYWIADU

- ZBIERANIE I ANALIZA DANYCH DT. MEGATRENDÓW I TRENDÓW OGÓLNYCH (MATRYCA TRENDÓW OGÓLNYCH)

- ZBIERANIE I ANALIZA DANYCH DT. TRENDÓW BRANŻOWYCH (MATRYCA TRENDÓW BRANŻOWYCH)

- WYBRANIE I UPORZĄDKOWANIE TRENDÓW OGÓLNYCH I BRANŻOWYCH (MATRYCE I TABELA TRENDÓW OGÓLNYCH I BRANŻOWYCH)

- PRZYGOTOWANIE REKOMENDACJI Z WYKORZYSTANIEM TRENDÓW (KARTY TRENDÓW I MATRYCA GENEROWANIA POMYSŁÓW)

Etap 1

Pierwszym etapem było zebranie i interpretacja informacji, które pozwoliły stworzyć obraz funkcjonowania firmy, dla której przygotowaliśmy analizę trendów. Na tym etapie poznaliśmy sytuację firmy oraz zrozumieliśmy kontekst, w którym ona funkcjonuje. Zdobyliśmy również informacje o tym, jak firma widzi przyszłość i swoje miejsce w niej.

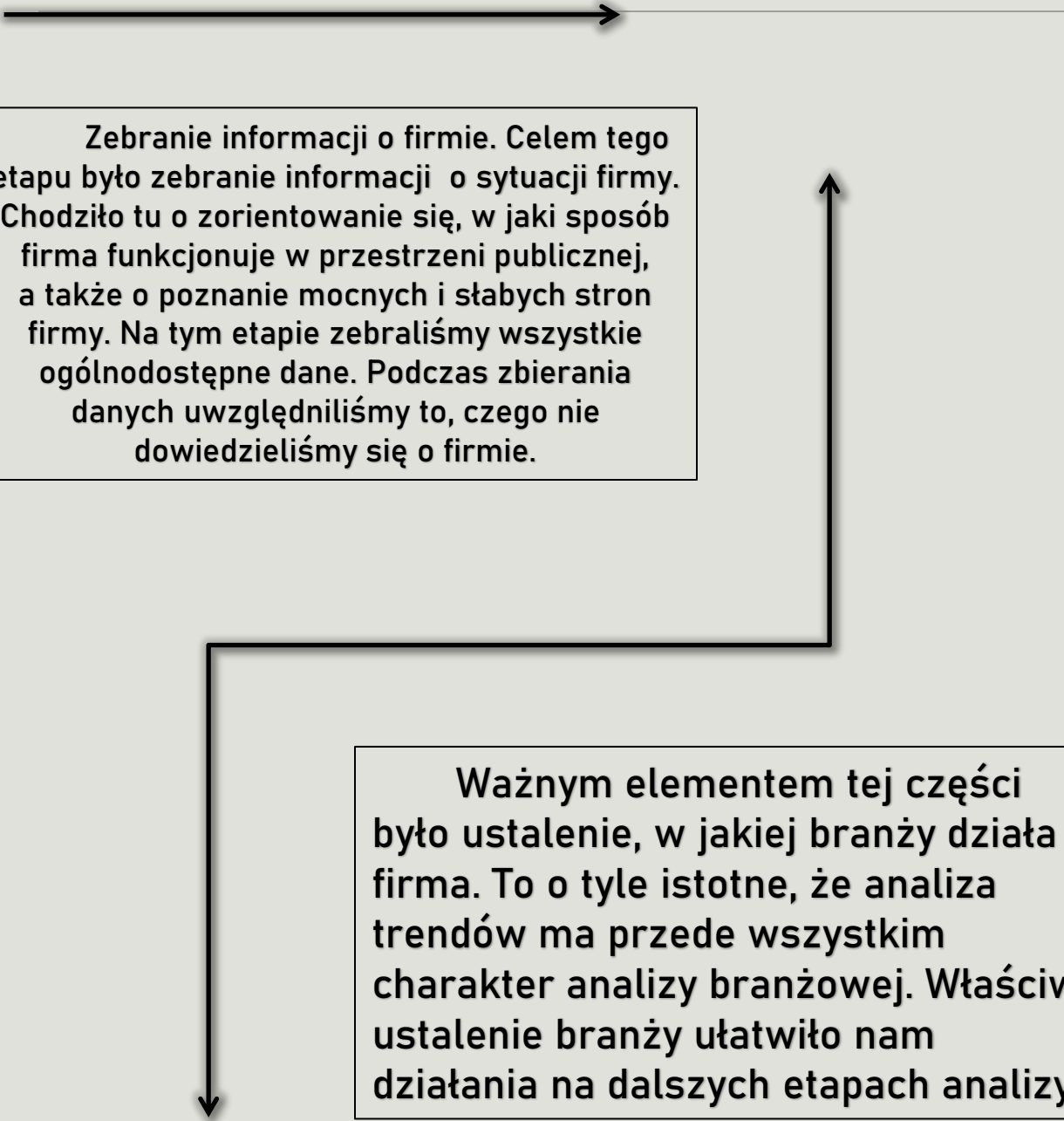
To etap o charakterze badawczym. Zdobywanie informacji podlega tym samym zasadom, które organizują proces danych, ich badań użytkowników. Dotyczy to zarówno zbierania i interpretacji oraz przygotowania scenariusza wywiadu.



Branża technologiczna

Spółeczne	Technologiczne	Ekonomiczne	Środowiskowe	Polityczne
Zmniejszenie 5G POTRZEBY KRAJOWE	nowe odkrycia w technologii	sklepy internetowe (nie dotyczy niehandlowe)	opracowane kardoby niehandlowe	Ochrona danych osobistych
konsypiracyjny styl życia konsypiracjom	AI	koszty energii	zużycie energii	sklepy internetowe (nie dotyczy niehandlowe)
przetwarzanie technologii	ogólnodostępność internetu	poziom naukowców na naukę	ślad współpracy	BRUK PRACOWNIKÓW (PROGRAMISCI)
wykataceni	zwiększenie trwałości danych			
opracowania				

Etap przygotowawczy składa się z trzech części: zebrania informacji o firmie, poznania kontekstu jej funkcjonowania oraz przygotowania scenariusza i przeprowadzenia wywiadu. Interpretacja zebranych danych ma charakter jakościowy.



Zebranie informacji o firmie. Celem tego etapu było zebranie informacji o sytuacji firmy. Chodziło tu o zorientowanie się, w jaki sposób firma funkcjonuje w przestrzeni publicznej, a także o poznanie mocnych i słabych stron firmy. Na tym etapie zebraliśmy wszystkie ogólnodostępne dane. Podczas zbierania danych uwzględniliśmy to, czego nie dowiedzieliśmy się o firmie.

Ważnym elementem tej części było ustalenie, w jakiej branży działa firma. To o tyle istotne, że analiza trendów ma przede wszystkim charakter analizy branżowej. Właściwe ustalenie branży ułatwiło nam działania na dalszych etapach analizy.

Etap 2



W etapie drugim szukaliśmy megatrendów, trendów ogólnych i branżowych. Megatrendy i trendy ogólne dostarczyły nam kontekstu, wiedzy o procesach, które nadają generalny kierunek wszystkim procesom zachodzącym w rzeczywistości.

Zebrane dane pomogły nam również zinterpretować informacje dotyczące firmy oraz branży, zebrane na wcześniejszym etapie.



Artificial
Intelligence



Augmented
Reality



Automation



Globalization



Data
Monetization

Posiadając informacje dotyczące sytuacji firmy oraz branży, a także dysponując wiedzą na temat najważniejszych trendów ogólnych i branżowych, zestawiliśmy informacje.

Ma to kluczowe znaczenie dla przeanalizowania możliwej dynamiki trendów, czyli wybiegnięcia w przyszłość i postawienia pytania dotyczącego możliwych konsekwencji oddziaływania trendów na rzeczywistość.

Etap 3



Pamiętaliśmy też o tym, że analiza trendów ma pokazać potencjał tkwiący w trendach i związane z nim korzyści dla firmy. Braliśmy więc pod uwagę informacje o sytuacji firmy, zdobyte podczas pierwszego etapu.

TABELA TRENDÓW		
WYBRANE ELEMENTY MODELU BIZNESOWEGO	TRENDY OGÓLNE	TRENDY BRANŻOWE
DZIAŁANIA	crowd-sourcing Infrastructure Development Circular Economy	crowd-sourcing Infrastructure Development Data Monetization
PARTNERZY	Industry Consolidation	Industry Consolidation
STRUKTURA KOSZTÓW I PRZYCHODÓW	New Trade zones	New Trade zones Demonetization of technology
KLIENCI	Demand of Customization Health, wellness and wellbeing	Health, wellness and wellbeing Cloud Technology
PRODUKT	Machine Learning	Machine Learning
KANAŁY	Social Media Brick and Clicks	Social Media Brick and Clicks

Etap 4

Przygotowanie do tworzenia rekomendacji.
Dysponując mapą trendów ogólnych i branżowych przygotowaliśmy rekomendacje. Rekomendacje mogą być ogólnymi lub konkretnymi zaleceniami dotyczącymi tego, jak można wykorzystać wiedzę pochodzącą z trendów do zaprojektowania gotowych rozwiązań w firmie.



Na etapie przygotowania rekomendacji korzystaliśmy z wyników poprzednich etapów. Dysponowaliśmy już nie tylko wiedzą o firmie i stojących przed nią wyzwaniach, ale również wybraną pod kątem firmy, mapą trendów ogólnych i branżowych. To one są podstawą sporządzonej rekomendacji.



Przedstawiamy propozycje
działań, które można
wdrożyć dbając o podane
potrzeby.

potrzeba uproszczenia procesów (monitorowanie i kontrolowanie)	potrzeba ułatwienia codziennych czynności	potrzeba poprawy jakości życia
--	---	-----------------------------------



Baza, aplikacja bądź program, które zawierałyby listę pracowników i ich zadania. Pracownik mógłby wysyłać swoje zadanie do systemu, który przekazałby je dalej do kolejnej osoby, aby następne zadania projektu mogły być sprawnie wykonywane. Ułatwiłoby i usprawniłoby to pracę pracownikom firmy oraz umożliwiłoby kontrolę nad całym procesem twórczym.

potrzeba bycia
rozpoznawalnym

potrzeba chwytów
marketingowych

potrzeba wzmacniania
ludzkich umiejętności
poprzez wykorzystanie
np. różnych programów



Filmiki instruktażowe
wyjaśniające jak wygląda
działanie aplikacji
stworzonych przez firmę

potrzeba szybszego
przesyłania danych

potrzeba posiadania
większej łączności,
wydajności
i bezpieczeństwa

potrzeba kontaktu
z klientami



**Autorska aplikacja stworzona
tylko dla klientów firmy
w celu usprawnienia komunikacji
oraz zwiększenia bezpieczeństwa
przepływu danych**

potrzeba uproszczenia procesów (monitorowanie i kontrolowanie)	potrzeba poprawy jakości życia	potrzeba posiadania większej łączności, wydajności i bezpieczeństwa
---	-----------------------------------	--



Inteligentny budynek
(dla firmy) monitorowany przy pomocy oprogramowania w zakresie zużycia prądu (od ogrzewania i klimatyzacji do wind i elektryczności - łączenie tego i zebranie w zautomatyzowanym procesie, którym łatwiej się zarządza). Efektem tego jest także mniejsza ingerencja w zanieczyszczanie środowiska.

Skład Zespołu Projektowego

Kornelia Borkowska
Sandra Pokojka
Mikołaj Szczepkowski
Karolina Wiśniewska

