

PROGNOZY DLA INNOWACJI 2014



WSTĘP	3
BIZNES	4
BIG DATA	8
MOBILE	12
MARKETING	15
ZDROWIE	19
SOCIAL MEDIA	23
INFORMACJE I MEDIA	26
PRACA I KARIERA	30
PODSUMOWANIE	35

Wstęp



WOJCIECH DREW CZYŃSKI

Wicu.pl, Project Manager w Jamel Interactive

Jako pasjonat innowacji pewnego dnia założyłem sobie, że z końcem każdego roku będę przygotowywać prognozy na kolejne 12 miesięcy. Moim celem było przewidywać pojawienie się na rynku nowych produktów i usług. Zadanie to nie jest łatwe, bo przyszłość jest nieprzewidywalna. Jednakże, jak pokazują wyniki z poprzednich 2 lat moje predykcje okazują się trafione w znacznie większym stopniu niż początkowo zakładałem.

W latach poprzednich moje prognozy znaleźć można było na [blogu](#). Dzięki pomocy agencji [Jamel Interactive](#) i ekspertów branżowych chciałbym Ci je zaprezentować w nowej formie. Raport, który masz przed sobą zawiera predykcje na rok 2014 oraz komentarze i oceny znakomitych praktyków z różnych dziedzin tematycznych. Nie obejmuje on swoim zakresem wszystkich branż jakie działają na rynku. Przygotowanie takiego dokumentu byłoby bardzo trudne do zrealizowania z wielu względów. Tworząc „Prognozy dla innowacji 2014” postanowiłem skupić się na popularnych i interesujących sektorach rynku. Nie oznacza to, że w innych dziedzinach nie ma miejsca na innowacje. Wręcz przeciwnie. Przecież w praktycznie każdej sferze życia pozostają obszary, które można usprawnić.

Mam nadzieję, że lektura „Prognoz dla innowacji 2014” będzie dla Ciebie inspiracją do stworzenia własnych, nowatorskich pomysłów. Pamiętaj o tym, że innowacje to nie tylko robienie nowych rzeczy. To przede wszystkim robienie rzeczy w nowy sposób i ciągłe działanie ku lepszemu. A na tym polu w wielu dziedzinach życia jest jeszcze dużo do zrobienia.

Biznes

Prognozy ekspertów



ARTUR KURASIŃSKI

Founder & CEO [Fokus](#)

INNOWACJE – SKŁADNIKI UDANEGO BIZNESU

Prognozowanie przyszłości jest mało wdzięczne, bo zazwyczaj kończy się ośmieszeniem osoby, która pisze taki raport. Postaram się zatem zgrabnie uciec i zamiast wskazywać konkrety podam raczej przepis na co uważać w 2014 roku z biznesowego punktu widzenia. Poniżej znajdziesz składniki udanego biznesu. Sam musisz odkryć proporcje ich zastosowania. Miłego eksperymentowania!

Big Data & Data Mining – to wszystkie zagadnienia związane z pozyskiwaniem i analizą naprawdę dużych baz informacji. Kto nie będzie tego potrafił robić w 2014 roku nie tyle co zostanie w blokach startowych, ale zacznie się cofać. Polecam zaznajomić się z takimi narzędziami jak [Positionly](#), [Brand24](#), [Sotrender](#) czy [Fokus](#) – to są przepustki do świata uporządkowanych informacji.

RTB – Zła informacja dla marketerów. Algorytmy coraz bardziej zaczną decydować i zabierać tym samym pracę ludziom w marketingu.

Mobile – W szczególności tablety. Ponad 220 milionów sprzedanych egzemplarzy, przeszło 50 proc. więcej niż rok wcześniej. Możliwości i zastosowania wszelakich urządzeń mobilnych zwiększa się – tam również będą Twoi klienci, więc warto obserwować ten trend.

RWD – Standard i kropka. Internet jest jeden i tak należy na niego patrzeć.

Social Media – Nie tyle co nie zmniejszy się ich wpływ, a nawet znacząco wzrośnie. Facebook dostał zadyszki, która może skończyć się poważną chorobą, ale nie bójcie się – na jego potknięcia czeka Twitter, [Instagram](#), [WhatsApp](#), [Snapchat](#) czy [Path](#). I wiele, wiele innych mniejszych i większych społecznościówek.

Wideo – jeśli masz możliwość tworzenia materiałów wideo – rób to. „Wieloeekranowość” czyli możliwość odtwarzania treści wideo na wielu różnych urządzeniach oraz napór kultury obrazkowej. Wiralność dobrych klipów jest ogromna – mierzona milionami wyświetleń.

Platformy crowdfundingowe – Jesteś wynalazcą? Szukasz środków do stworzenia prototypu? Na platformach crowdfundingowych (np. [Kickstarter](#)) możesz uzyskać finanse na swój produkt, ale również rozgłos i darmowy PR dla swojego projektu.

Content Marketing – Marki muszą się nauczyć jak opowiadać. To co się będzie coraz częściej liczyć to Real Brand Engagement. Musisz nauczyć się jak Twoja marka ma podejść do tego wyzwania i zacząć to umiejętnie wdrażać. Media cyfrowe kochają narrację!

Gamifikacja – Lekko niedoceniony, ale też nieprzeznaczony „buzzword”. Gamifikować można wiele rzeczy.

Wearable – [FitBit](#), [Google Glass](#) czy smartwacht. To pełnoprawne urządzenia, które czekają na swoje aplikacje i klientów. Kto pierwszy ten lepszy – Twoja firma ma pomysł na wykorzystanie Google Glass? Możesz być na ustach wszystkich.

Internet of Things – To wszystko to co będzie nas łączyło z internetem, ale miało formę fizyczną. Słyszysz o Beacons polskiej firmy [Estimote](#)? Firma, która zanim Apple upublicznił swój nowy system operacyjny, produkowała już sprzęt z jego wykorzystaniem.

Cloud – Rozwój Twojej firmy zależny jest od tego jaką moc obliczeniową możesz pozyskać. Możesz zbudować całe zaplecze u siebie albo kupić jako usługę.

Prognozy ekspertów



MARCIN KOWALIK

Partner Zarządzający [Black Pearls Investments](#)

DOSTARCZ KLIENTOM TO CZEGO CHCĄ

Nadchodzący rok będzie dla innowacji przede wszystkim niezwykle dynamiczny. Stanie się ona absolutnym „must have” dla każdego, kto będzie chciał utrzymać swoją pozycję rynkową, nie mówiąc o wzroście konkurencyjności.

Coraz większą popularnością będzie cieszyła się interdyscyplinarność w biznesie. W tworzeniu efektywnych innowacji niezwykle ważne jest wielowymiarowe podejście do problemu. Wiedzą to Finowie, którzy w 2010 roku utworzyli w Helsinkach [Aalto University](#), połączenie Helsinki University of Technology, Helsinki School of Economics oraz University of Art and Design. To samo będzie działo się w biznesie. Będziemy obserwować przenikanie się dyscyplin w tworzeniu nowych produktów i usług. Przy projektowaniu nowych technologii będą brali udział artyści, a w sztuce i kulturze na stałe zdomowią się na przykład programiści.

Mówiąc o prognozach dla innowacji na rok 2014 nie możemy nie wspomnieć o nauce. Oczy całego świata zwracają się w stronę jednostek naukowo-badawczych, jako najlepszego źródła wiedzy niezbędnej do wytwarzania innowacji. Komercjalizacja wyników prac B+R będzie jednym z priorytetów zarówno dla uczelni wyższych jak i władz administracyjnych. Dzięki temu przedsiębiorcy będą nareszcie mieli ułatwiony dostęp do zasobów naukowych, których umiejętne wykorzystanie będzie skutkowało istotnym wzrostem innowacyjności.

Według danych Komisji Europejskiej do roku 2020, osoby w wieku 65+ będą stanowiły w Europie ponad 25% populacji. Warto

jednak mieć na uwadze, że problem zbyt dużej liczby seniorów dotyka świat już teraz i obserwujemy to na przykład w Japonii czy Kanadzie. Quality of Life Technology Center będące partnerstwem Carnegie Mellon University oraz University of Pittsburgh, jest przykładem inicjatywy naukowej mającej na celu intensyfikację prac nad technologiami poprawiającymi jakość życia, które w przyszłości obniżą koszty opieki zdrowotnej oraz wesprą samodzielność osób, których jakość życia z przyczyn zdrowotnych jest zagrożona. Przedsiębiorcom pozostanie już tylko ich komercjalizacja.

W 2014 roku zaczniemy też baczniej przyglądać się krajom rozwijającym się oraz ich regionalnym sposobom na prowadzenie biznesu. Już dziś w Stanach Zjednoczonych i Europie Zachodniej coraz więcej mówi się o indyjskim Jugaadzie czy frugal innovations, których głównym założeniem jest prostota i minimalizm, a co za tym idzie oszczędność. Czerpiąc inspiracje ze wschodzących gospodarek zaczniemy zauważać przesyt i brak użyteczności w innowacyjnych rozwiązaniach tworzonych w naszych przedsiębiorstwach.

Kluczem do sukcesu w biznesie w 2014 roku będzie dostarczanie klientom dokładnie tego, czego chcą i odpowiadanie na ich realne potrzeby. Innowacje w większym stopniu stanowić będą ulepszanie istniejących rozwiązań, niż tworzenie nowych, których wprowadzanie na rynek wymaga generowania na rynku nowej potrzeby. Rok 2014 będzie bez wątpienia rokiem biznesu skrojonego na miarę konsumenta.

„[...] coraz więcej mówi się o indyjskim Jugaadzie czy frugal innovations, których głównym założeniem jest prostota i minimalizm, a co za tym idzie oszczędność. Czerpiąc inspiracje ze wschodzących gospodarek zaczniemy zauważać przesyt i brak użyteczności w innowacyjnych rozwiązaniach tworzonych w naszych przedsiębiorstwach.”

MARCIN KOWALIK

Moje prognozy

W 2014 roku innowacje będą pojawiać się zwłaszcza w obszarach kluczowych z punktu widzenia każdego biznesu. Z jednej strony skupią się na dostarczaniu precyzyjniejszych informacji na temat konkurencji i potencjalnych klientów, z drugiej ich zadaniem będzie wspieranie relacji z partnerami. Narzędzia umożliwiające lepszą kolaborację z innymi firmami stworzą zupełnie nowe okazje biznesowe i staną się źródłem dodatkowych przychodów. Innym ciekawym trendem jaki coraz śmielej będzie wchodzić na rynek, będą biznesy samoobsługowe. Już dziś obieramy w ten sposób przesyłki, pranie czy też myjemy nasze samochody. Pozostało jednak całkiem sporo innych dziedzin życia, w których usługi tego typu mogłyby się sprawdzić.

Ilość nowych pomysłów, które chcą podbić świat sprawi, że prężnie będą rozwijać się systemy crowdsourcingowe. Żeby konkurować z istniejącymi rozwiązaniami będą musiały jednak znaleźć zupełnie nowy model funkcjonowania.

Przykładowe produkty i usługi z wyżej wymienionych dziedzin, które mogą powstać w 2014 roku to:

USŁUGI KOMPLEKSOWEJ ANALIZY KONKURENCJI W RÓŻNYCH LOKALIZACJACH

Takie rozwiązania będą przydatne szczególnie firmom, które prowadzą tradycyjny biznes i planują otwieranie kolejnych punktów. Usługi nie tylko pokażą jak dużo konkurentów znajduje się w danej okolicy i szczegółowe informacje o ich działalności. Rozwiązania tego typu ponadto będą dostarczać informacje na temat wielkości grupy docelowej klientów znajdujące się w wybranym obszarze.

PLATFORMY SPRZEDAŻY WIĄZANEJ ONLINE

Jednoczesna sprzedaż produktów i usług różnych firm to rozwiązanie z którego korzysta wiele firm. Dzięki serwisom, które umożliwią tworzenie takich ofert w sieci będzie możliwe docieranie

z nimi do znacznie większego grona potencjalnych klientów. Platformy będą pełnić rolę łącznika pomiędzy firmami, które będą mogły wybierać z jakimi partnerami chcą współpracować. Na rozwiązaniu tego typu skorzystają podmioty, które do tej pory nie oferowały swoim klientom takich usług.

SAMOOBŚLUGOWY WARSZTAT SAMOCHODOWY

Pozwoli na własnoręczne wykonywanie podstawowych napraw przez kierowców. Użytkownik będzie podłączać swój samochód do portu OBD, który będzie analizować różnego rodzaju usterki. System będzie też pokazywać jak rozwiązać dany problem. Przy okazji wskaże też kierowcy jakich narzędzi ma użyć i jak zrobić to poprawnie. W przypadku poważniejszych napraw system pokaże użytkownikowi warsztat w jakim może dokonać naprawy, pozwoli umówić się na wizytę i poinformuje o szacunkowych kosztach naprawy.

ODWRÓCONY MODEL FINANSOWANIA SPOŁECZNOŚCIOWEGO

Pojawi się nowy rodzaj platform działających na podobnej zasadzie jak chociażby Kickstarter.com. Jednak to nie pomysłodawcy będą prezentować na nim koncepcje swoich produktów i usług lecz będą to robić potencjalni klienci. Zespoły zainteresowane stworzeniem takiego produktu lub usługi będą rywalizować ze sobą w celu pozyskania środków. Ci, którzy stworzą najlepsze prototypy lub koncepcje będą mogli liczyć na finansowanie.



Big data

Prognozy ekspertów



MICHAŁ SADOWSKI

CEO [Brand24](#)



KRZYSZTOF MOSZYK

Szef Zespołu [3camp](#)

BIG DATA DOSTĘPNE DLA MAS

Sporo usług określanych mianem „big data” oraz narzędzi analizy social media to tak naprawdę narzędzia do pomiaru social media. Analiza i pomiar to zwroty, które często są używane niestety naprzemiennie. Narzędzia pomiaru social media zapewniają dużą ilość danych mówiących, co dzieje się z marką. Nie odpowiadają jednak na pytanie, dlaczego tak się dzieje i nie tworzą modelu pozwalającego nawet w luźnym w przybliżeniu przewidzieć przyszłość. Dlatego coraz więcej narzędzi wykształca usługi analityczne. Coraz więcej powstaje w modelu software-as-a-service w coraz bardziej przystępnych cenach a tym samym dostępnych dla każdego.

Małe i średnie przedsiębiorstwa bardzo rzadko korzystają aktualnie z mediów społecznościowych. Ba! Nie każdy z nich posiada już własną stronę www. Tego typu podmioty można określić mianem długiego ogona, który w najbliższych latach śmieiej zacznie wyglądać w stronę Internetu, a w szczególności w kierunku mediów społecznościowych.

Miliony małych i średnich firm z całego świata otworzą stosunkowo nowe, gigantyczne źródło przychodu. Wprawdzie każdy z tych podmiotów będzie operował bardzo małym budżetem. Ich łączna liczba sprawi jednak, że wydatki, o których tu mówimy będą liczone w dziesiątkach lub setkach miliardów dolarów.

Podsumowując, prawdziwa rewolucja nastąpi w momencie, w którym dobrodziejstwa wpadające do worka określanego jako „Big data” z biegiem czasu staną się dostępne dla mas, a konkretnie dla małych i średnich przedsiębiorstw.

IŁOŚĆ DANYCH JAKIMI DYSPONUJEMY JEST OGROMNA

Rozwój branży Big Data jest nieodwołalny bowiem ciągle przyrastają światowe zasoby nieuporządkowanych danych. W roku 2014 i przez następne 2 do 4 lat będzie następował systematyczny wzrost tego rynku. Rozwiązania Big Data zajmują się zawrotną ilość danych pochodzących z systemów informatycznych, danych dźwiękowych, zdjęć, grafiki, tekstów pochodzących z blogów, komentarzy na przeróżnych forach internetowych, artykułów, książek cyfrowych i informacji technicznych, ale również danych archiwalnych nie gromadzonych wcześniej w hurtowniach danych często ze względu na wysokie koszty.

Ilość danych jakimi dysponujemy jest ogromna. Dla przykładu sam Twitter generuje 12 TB danych dziennie. Trzeba jednak pamiętać o tym, że dane to jeszcze nie informacja. Dane, aby stały się informacją, trzeba gromadzić, uporządkować, przetworzyć, przeanalizować i wyciągnąć wnioski. Właśnie to wyciąganie wniosków okazuje się nie takie proste, dlatego przy projektach Big Data mimo zaawansowanych technologii bardzo ważnym czynnikiem są ludzie. W związku z tym w najbliższym czasie nastąpi zwiększenie zapotrzebowania na analityków oraz wysokiej klasy specjalistów IT tzw. data scientists.

Trzeba jednak pamiętać, że Big Data nie rozwiąże naszych wszystkich problemów związanych z informacją. To nie technologia i nie narzędzia informatyczne czy najnowszy sprzęt, ale przede wszystkim potrzeby biznesowe i odpowiednio postawione pytania na które znajdziemy odpowiedź gwarantując sukces.

„Prawdziwa rewolucja nastąpi w momencie, w którym dobrodziejstwa wpadające do worka określanego jako «Big data» z biegiem czasu staną się dostępne dla mas, a konkretnie dla małych i średnich przedsiębiorstw.”

MICHAŁ SADOWSKI

„To nie technologia i nie narzędzia informatyczne czy najnowszy sprzęt, ale przede wszystkim potrzeby biznesowe i odpowiednio postawione pytania na które znajdziemy odpowiedź gwarantując sukces”

KRZYSZTOF MOSZYK

Prognozy ekspertów



ŁUKASZ DEMBIŃSKI

CEO [Devesion](#)

AUTOMATYZACJA PROCESÓW WYTWARZANIA OPROGRAMOWANIA

Rok 2013 był rokiem, można powiedzieć, przełomowym jeżeli chodzi o rozwiązania typu BigData. Sporo firm ze stanu obserwowania rozwiązań przeszło w fazę aktywnych testów i zapoznawania się z technologiami. Proces ten będzie według mnie kontynuowany i w roku 2014 usłyszymy o wielu udanych (miejmy nadzieję) wdrożeniach - mam tu na myśli przede wszystkim rozwój prywatnych chmur obliczeniowych, migrację danych w stronę rozwiązań NoSQL oraz adoptowanie podejścia typu polyglot persistence.

Coraz większa skala systemów spowoduje również konieczność automatyzacji procesu wdrażania oprogramowania. Wiele firm, w szczególności duże portale, zdecyduje się na zaadaptowanie praktyki continuous delivery, implementację własnych rozwiązań wspierających deployment pipeline bądź integrację z już istniejącymi ([DeployIT](#), [ThoughtWorks Go](#)). Zaobserwujemy również dalszy wzrost świadomości znaczenia i adoptowanie podejścia DevOps wspierającego zarządzanie i utrzymanie systemów dużej skali. Dojrzałe firmy, jeżeli jeszcze tego nie zrobiły, zaczną według mnie tworzyć interdyscyplinarne zespoły pracujące nad takimi systemami dzięki czemu spadnie czas wytwarzania oprogramowania oraz koszt jego utrzymania. Myślę również, że zaobserwujemy dalszy rozwój rozwiązań wspierających proces provisioningu - zarówno na poziomie hardware, jak i software. Dzięki temu przygotowanie gotowej platformy z działającym systemem oraz sam proces skalowania będzie mógł przebiegać w sposób automatyczny i przy

minimalnym udziale człowieka, co oczywiście przełoży się na wzrost niezawodności i dostępności usług.

W roku 2014 liczę również na rozwój oprogramowania OpenSource, w szczególności projektu [OpenStack](#). Już niebawem, najprawdopodobniej w pierwszym półroczu, doczekamy się wersji IceHouse a wraz z nią release projektu Trove umożliwiającego zastosowanie podejścia DBaaS - zarówno dla baz SQL jak i NoSQL. Dynamicznie rozwijane będą również projekty dostarczające technologię kontenerów, czyli wirtualizację na poziomie systemów operacyjnych. Według mnie wiele firm, jeżeli jeszcze tego nie zrobiło, zacznie używać technologii lekkich kontenerów w swoich architekturach. W zeszłym roku przejęcie firmy LiteStack ogłosił [Rackspace](#), a wraz z nią projektu ZeroVM jest tylko potwierdzeniem tego trendu.

Jeżeli chodzi o zastosowania systemów BigData to rok 2014 przyniesie prawdopodobnie rozwój systemów typu Business Intelligence wspierających działania użytkowników. Nastąpi wzrost liczby rozwiązań działających w czasie rzeczywistym dostosowujących dynamicznie treści lub nawet przewidujących zachowanie użytkowników. Oprócz tego będziemy świadkami coraz silniejszej integracji z systemami mobilnymi, urządzeniami multimedialnymi a także z systemami pomiarowymi i przemysłowymi co otworzy nowe, nieograniczone możliwości ułatwiające życie nam wszystkim.

„Nastąpi wzrost liczby rozwiązań działających w czasie rzeczywistym dostosowujących dynamicznie treści lub nawet przewidujących zachowanie użytkowników.”

ŁUKASZ DEMBIŃSKI

Moje prognozy

Ilość informacji jaką odbieramy i generujemy każdego dnia jest olbrzymia. Dane dostępne publicznie staną się przedmiotem pożądanego wielu firm. Na ich bazie powstanie cała gama nowych usług, które pozwolą nie tylko lepiej poznać przyczyny występowania pewnych zjawisk, ale także staną się ważnym elementem umożliwiającym lepiej przewidzieć to co dopiero ma się wydarzyć.

Duże znaczenie będą mieć też wszelkiego rodzaju dane prywatne. Dzięki wzrostowi zainteresowania urządzeniami typu wearables, będziemy świadkiem rozwoju ekosystemów zorganizowanych wokół nich. Zwiększy się nie tylko ilość sensorów jakie będziemy mieć na sobie, ale też ich możliwości. Dane, które zgromadzimy w ten sposób pozwolą nam pokonywać kolejne bariery w różnych dziedzinach życia.

HURTOWNIE DANYCH WYPOWIEDZI UŻYTKOWNIKÓW SOCIAL MEDIA

Pojawi się nowy rodzaj usług w serwisach specjalizujących się w gromadzeniu wzmianek dotyczących produktów lub marek. Firmy będą zainteresowane gromadzeniem historycznych danych na ten temat i analizowania ich za pomocą własnych narzędzi. W tym celu powstaną hurtownie danych, które umożliwią wyciąganie interesujących treści z danego okresu czasu. Dane tego typu będą służyć nie tylko do sprawdzania tego co działo się w przeszłości, ale także do prognozowania przyszłości.

ANALITYKA DO ZARZĄDZANIA KRYZYSAMI

Firmy coraz bardziej muszą dbać o swoją reputację w sieci. W celu unikania kryzysów i ich jak najszybszego rozwiązania powstaną dedykowane systemy oferujące tego typu usługi. Umożliwią one nie tylko zarządzanie kryzysem w czasie rzeczywistym, ale także śledzenie ognisk, historii kryzysów, ich przyczyn i rozwiązań jakie były skuteczne. Pozwolą one wyselekcjonować poszczególnych

niezadowolonych klientów i prowadzić działania antykryzysowe z każdym z osobna. Narzędzia te pozwolą też oszacować zasięg kryzysu i możliwe straty jakie spowoduje. Rozwiązania tego typu będą także służyć do monitorowania działań kryzysowych konkurencji, co pozwoli na wykorzystywanie okazji do przejmowania niezadowolonych klientów.

API ANALITYCZNE DLA URZĄDZEŃ TYPU WEARABLES

Coraz większa popularność elektroniki, którą możemy na siebie założyć spowoduje, że powstaną dedykowane tego typu urządzeniom systemy do analizy danych. Z jednej strony da to więcej informacji użytkownikom, ale przy okazji otworzy nowe możliwości przed samymi twórcami urządzeń, którzy nie będą musieli pamiętać o programowaniu wszelkich możliwych funkcji pomiaru, bo gotowe narzędzie zrobi to za nich.

BIG DATA W SPORCIE

Igrzyska w Soczi i Mistrzostwa Świata w Brazylii wyniosą rywalizację sportową na nowy poziom. O sukcesie lub porażce będzie decydować ilość danych jakie zgromadzi zespół opiekujący się poszczególnymi sportowcami i wnioski jakie będą w stanie na ich podstawie wyciągnąć. Dane analizowane będą także w czasie rzeczywistym co pozwoli na szybsze dokonywanie niezbędnych zmian w trakcie toczącej się rywalizacji.



Mobile

Prognozy ekspertów



MONIKA MIKOWSKA

Autorka jestem.mobi, współwłaścicielka mobeedick

LUDZIE ZAADAPTUJĄ NOWE TECHNOLOGIE DO SWOJEGO STYLU ŻYCIA

Moim zdaniem dużą rolę odegrają sensory i to z ich udziałem powinniśmy wypatrywać innowacji roku 2014.

Pierwsze jaskółki zobaczyliśmy już w zeszłym roku. Po premierze systemu iOS7 i wsparciu promocyjnym Apple, naszą wyobraźnię rozgrzały Beacons. Już zostało powiedziane, że Beacons może odegrać dużą rolę jako gwóźdź do trumny „wcześniejszej innowacji”, NFC. Po pierwsze dlatego, że wygrywa ze względu na zasięg – urządzenia mogą się komunikować ze sobą w odległości nie tylko kilku cm, a kilkudziesięciu, po drugie – jest obecne na większej liczbie smartfonów (wszystkich, które wspierają bluetooth 4.0) i wreszcie po trzecie – oferuje więcej możliwości wykorzystania, zarówno w marketingu mobilnym, jak i mobile commerce. Pierwsze realizacje z ich wykorzystaniem mieliśmy już w 2013 roku, ale bardziej nastawione były na eksperymentowanie z nowymi możliwościami i prawdziwie angażujących akcji należy spodziewać się dopiero w tym roku.

Sensory, gdziekolwiek umiejscowione, we współpracy z urządzeniami mobilnymi mają szansę dystrybuować dane w niespotykanej wcześniej skali i konfiguracji. Jeśli będą to mądre wdrożenia, to sami będziemy ich oczekiwać z powodu coraz silniej dochodzącej do głosu potrzeby kuracji treści (content curation).

Żyjemy w kulturze nanosekundy (pisała o niej [Natalia Hatańska](#) w [Trendbooku 2011](#)), erze nadpodaży informacji, zagubieniu autorytetów i to, o co teraz będziemy zabiegać to wyselekcjonowany,

dostosowany do naszych potrzeb i oczekiwań content, dopasowany do nastroju, kondycji fizycznej czy psychicznej. Urządzenia mobilne, które stały się nierozłącznym towarzyszem naszej codzienności i bardzo wrażliwym archiwum informacji o nas samych będą więc miały za zadanie jeszcze bardziej doskonale filtrować to, czego poszukujemy i jeszcze szybciej to dostarczać.

Sensory wpisują się też w internet rzeczy (Internet of Things). To trend, który po raz pierwszy pojawił się w mediach w roku 2009 (!), kolejne The Next Big Thing. To też zmiana społeczna, która dokonuje się na naszych oczach w sposób powolny i długotrwały, a w kolejnych latach (jak również w 2014 roku) będzie zbierać kolejne żniwa.

Jak, gdzie i za czyją sprawą najsukuteczniej będą wdrażane sensory? O takie przewidywania już się nie pokuszę :) Nikt nie jest w stanie przewidzieć, która innowacja upowszechni się na masową skalę, nawet jej ojcowie. Weźmy dla przykładu [Google Glass](#) – obiekt największego pożądania roku 2012 i jednego z największych rozczarowań roku 2013 dla wielu, którzy mieli możliwość zakupu i korzystania, czy choćby tylko przetestowania. Najbardziej emocjonujące jest właśnie to, że to nie twórcy decydują, co tą innowacją będzie, tylko rynek, a jeszcze precyzyjniej – użytkownicy, jej odbiorcy. Nie sposób przewidzieć wpływu nowych technologii na ludzi. Ludzie sami adaptują nowe technologie do swojego stylu życia i to oni pokazują twórcom, jak chcą ich używać.

„Najbardziej emocjonujące jest właśnie to, że to nie twórcy decydują, co tą innowacją będzie, tylko rynek, a jeszcze precyzyjniej – użytkownicy, jej odbiorcy. Nie sposób przewidzieć wpływu nowych technologii na ludzi”

MONIKA MIKOWSKA

Moje prognozy

Według prognoz przygotowanych przez firmę [Gartner](#) w 2014 użytkownicy korzystający z urządzeń mobilnych pobiorą ponad 138 miliardów aplikacji. To ponad 36% więcej niż rok wcześniej. Ta informacja z jednej strony pokazuje jak ważny jest to rynek, ale z drugiej jest sygnałem, że konkurencja w tej dziedzinie będzie coraz trudniejsza.

Wartość mobile odkryją też firmy związane z bardziej tradycyjnymi biznesami, w głównej mierze różnego rodzaju producenci. Wielu z nich dzięki aplikacjom będzie chciało dowiedzieć się w jaki sposób klienci korzystają z konkretnego produktu. To otworzy drogę do nowego źródła informacji, których do tej pory nie można było zgromadzić. Aplikacje mobilne będą także nieodłącznym elementem związanym z coraz większą gamą inteligentnych urządzeń i przedmiotów, które zaczną wypierać przedmioty codziennego użytku.

Przykładowe innowacje związane z mobile jakie możemy zobaczyć w 2014 to:

SYSTEMOWA PORÓWNYWARKA APLIKACJI

Rozwiązanie, które pozwoli na szybkie porównywanie konkurencyjnych aplikacji już na poziomie sklepu. Użytkownik w prosty sposób dowie się, która aplikacja jest szybsza i wydajniejsza oraz wymaga dostępu do mniejszej ilości danych użytkownika. Funkcja pozwoli też zarekomendować użytkownikowi aplikacje, które są nadal rozwijane i posiadają mniej błędów. Wymusi to na twórcach oprogramowania jeszcze lepsze dbanie o jakość swoich produktów i zwiększy zadowolenie użytkowników.

API DO DORABIANIA FUNKCJI DO TWOJEJ APLIKACJI PRZEZ INNYCH

Programiści aplikacji mobilnych otrzymają nowe narzędzie, które pozwoli rozwijać je osobom z zewnątrz. Dzięki API dostępnym

z poziomu systemu operacyjnego, zewnętrzni developerzy będą mieć możliwość dorabiania własnych funkcji do aplikacji, które rozszerzą ich możliwości lub dostosują je do zupełnie innych potrzeb. Zewnętrzne zmiany będą musiały być zaakceptowane przez twórcę aplikacji zanim trafią do użytkowników.

APLIKACJA PRODUKTU, KTÓRY KUPIŁEM

Standardem stanie się dodawanie do produktów zakupionych w tradycyjnych sklepach aplikacji mobilnej, która będzie pełnić rolę instrukcji obsługi, przewodnika użytkownika oraz umożliwi kontakt z producentem w celu rozwiązania kwestii technicznych. Znajdą się też w niej popularne pytania i sposoby rozwiązywania najczęstszych problemów. Pełnienie roli skrzynki kontaktowej pozwoli szybciej rozwiązywać problemy klientów i znacznie zwiększy satysfakcję z korzystania z danego produktu. Jednak głównym celem tego typu oprogramowania będzie gromadzenie informacji na temat tego w jaki sposób konsumenci korzystają z danego produktu.

INTELIGENTNE NARZĘDZIA I PRZEBORY

Na rynku pojawią się nowe wersje powszechnie wykorzystywanych przedmiotów, które dzięki nowej technologii otrzymają znacznie większe możliwości i ułatwią użytkownikom ich wykorzystywanie. Do wielu z nich dostępne będą aplikacje pozwalające analizować dane na temat pracy urządzenia i zmieniające tryb jego funkcjonowania.

Marketing

Prognozy ekspertów



BARTOSZ RYCHLICKI

Co-founder i CEO w [Quantum Lab](#)

EMOCJE I NASTROJE JAKO KOLEJNA WARSTWA INTERAKCJI Z WIRTUALNYM ŚWIATEM

Wyobraźmy sobie, że mój SMART TV wie w jakim jestem nastroju i dzięki temu zasugeruje dla mnie film na dzisiejszy wieczór. Albo moje auto samo puści mój ulubiony heavy metalowy kawałek kiedy wsiądę do środka, bo wie że potrzeba mi teraz skoncentrowanej dawki energii. A mój ulubiony serwis informacyjny poleci mi wyjście do teatru, gdyż wie, że to idealnie na mnie działa w niedzielne wieczory.

Dotychczas wydaje się, że ignorowaliśmy coś tak ważnego jak emocje w kontakcie z wirtualnym światem. A przecież to jeden z głównych i czynników, które wpływają na kontakty między nami, ludźmi.

W cyfrowym świecie wiadomo już gdzie jesteśmy, czego szukamy i co nas interesuje, co kupujemy, czego lubimy słuchać i jakich mamy znajomych. Na podstawie tych danych maszyna wchodzi w interakcje z nami. Sugeruje, rekomenduje i pomału stara się załatwiać pewne sprawy za nas. Póki co nie bardzo wiadomo jednak jak ktoś się czuje. A przecież to ma kolosalny wpływ na to jaki chce film obejrzeć, do jakiej chce iść restauracji, z kim się chce spotkać i co jest teraz dla tej osoby najważniejsze. Kiedy jestem zmęczony po pracy, na pewno nie będę miał ochoty na zapoznanie się z możliwościami nowego systemu CRM, a kiedy jestem smutny, nie bardzo mam ochotę rozmyślać o obniżeniu mojego rachunku telefonicznego.

Taki wymiar daje zupełnie nowe możliwości tworzenia produktów i usług, które automatycznie dopasowują się do nastroju

użytkownika, nie mówiąc już o marketingu.

A czemu nikt jeszcze tego nie zrobił? Bo trudno jest takie dane zbierać. Google zaczęło to robić jako pierwsze. Potem przyszła na to warstwa reklamowa.

Dalej. Weźmy na przykład naszą aktualną geolokalizację. Jeszcze 5 lat temu każdy z nas pokazał by środkowy palec gdyby jakaś korporacja powiedziała nam „drogi użytkowniku, czy możesz mi się meldować gdzie jesteś”? A teraz proszę, każdy z nas robi to codziennie z uśmiechem na ustach chwając się do jakich restauracji chodzimy, gdzie spędzamy wolny czas i jak szybko jesteśmy w pracy. Próżność okazała się kluczem do sukcesu.

Zresztą, to próżność, w dużej mierze, jest również odpowiedzialna za to że chwalimy się światu z kim spędzamy czas, co nas aktualnie interesuje i jakiej słuchamy muzyki.

Stety-niestety nikt jeszcze nie wymyślił dobrego powodu aby ktoś miał się dzielić swoim nastrojem, oraz nie istnieje wiele dobrych i łatwych narzędzi które umożliwiłyby mierzenie naszego nastroju w tle.

Jedno jest pewne. To jest przyszłość i czy nam się to podoba czy nie, chcemy wchodzić w prawdziwą interakcję z maszyną i wirtualnym światem. Możemy się bronić przed tym (tak jak broniliśmy się przed dzieleniem się swoją lokalizacją jeszcze do niedawna), ale warstwa emocjonalna jest po prostu ewolucją cyberprzestrzeni i relacji człowiek-komputer.

Postaramy się jednak spojrzeć na pozytyw tej sytuacji i nie szukać we wszystkim spiku i manipulacji. Czy to, że reklama w Google jest spersonalizowana do twoich aktualnych potrzeb to naprawdę takie złe? Czy może jednak wygoda i oszczędność czasu?

„[...] to jest przyszłość i czy nam się to podoba czy nie, chcemy wchodzić w prawdziwą interakcję z maszyną i wirtualnym światem. Możemy się bronić przed tym, ale warstwa emocjonalna jest po prostu ewolucją cyberprzestrzeni i relacji człowiek-komputer.”

BARTOSZ RYCHLICKI

Prognozy ekspertów



JOANNA STANISZEWSKA

Właścicielka yoll.pl

ROZWARSTWIE NIE W KONSUMPCJI ROZRYWKI

Rozrywka rozumiana jako sposób spędzania wolnego czasu dla przyjemności i relaksu może być mniej lub bardziej aktywna, refleksyjna, elitarna lub egalitarna. Ona również podlega jednak trendom związanym z rozwojem technologii i przeprowadzką konsumentów ze świata rzeczywistego w świat wirtualny. Tradycyjne media zostają w tyle. Zmienia się struktura ich konsumpcji.

Konsumujemy, jeśli mamy za co - sposób spędzania wolnego czasu zależy od zasobności portfela, ale też od znajomości nowych technologii i otwartości na nie. Konsumenci nowych mediów będą się jeszcze bardziej oddawać rozrywce nowoczesnej. Ci natomiast, których nie stać lub nie są zainteresowani nowymi technologiami, zostaną wykluczeni z rozrywki na niedostępnej im platformie.

Uprawiamy wirtualny sport - coraz większą popularnością cieszy się e-sport, nieolimpijska dyscyplina, w której zawodnicy zmagają się w świecie gier komputerowych. Zespoły mają swoich kibiców, a kanały z transmisją danych są oblegane. Światowe Mistrzostwa 3 sezonu gry League of Legends wyprzedały się w ciągu godziny. Brało w nich udział 11 tys. uczestników. Wystarczy, że część z nich kupi materiały promocyjne lub odpłatny dostęp do streamingu i już mówimy o mainstreamie. Producenci sprzętu wykorzystują nowy trend. Limitowane edycje gadżetów, używanych przez idoli, stają się obiektem pożądania graczy.

Słuchamy - w Spotify czy Amarok każdy może udostępnić muzykę i bezpłatnie słuchać utworów udostępnionych przez innych użytkowników. Platformy te są doskonałym miejscem do subtelnej

reklamy kontekstowej, również głosowej.

Oglądamy - YouTube, Vimeo i Vine to wciąż najpopularniejsze platformy publikacji własnej twórczości filmowej. Jak mogą je wykorzystać marketerzy? Doświadczeni twórcy sami oferują firmom lokowanie produktu. Biorą oni również udział w konkursach organizowanych przez marki i zgłaszają filmy na tematyczne festiwale online. To też pole do popisu dla marketingu wirusowego i szeptanego.

Projektujemy - Art sourcing czyli projektowanie społecznościowe to nowy trend w sztuce. Korzystają z niego marki, organizując kreatywne, otwarte konkursy. Angażują one twórców w popularyzację brandów. Prognozowany jest także dalszy rozwój Pinteresta i Instagramu, popularnych serwisów do publikowania materiałów wizualnych.

Czego możemy spodziewać się w najbliższym czasie? Na pewno dalszego rozwarstwienia w konsumpcji rozrywki, proporcjonalnego do rosnącego wykluczenia technologicznego. Globalizacja, szczególnie w branży gier, zatrze granice kulturowe, co daje siłę komunikacji wizualnej i o uniwersalnej symbolice.

Rozwijać się będzie formuła „porwania marki”, czyli kształtowania brandu przez użytkowników. Słabnąć będzie za to rola celebrytów w promocji. Reklama będzie mniej inwazyjna. Producenci rozrywki pójdą w kierunku rozwiązań typu lokowanie produktu.

Moje prognozy

Duże firmy coraz częściej będą sięgać po niestereotypowe formy reklamy, których efektywność będzie można zmierzyć. Liczyć się będą wszystkie dane. Zwłaszcza te, które pozwolą na identyfikowanie poszczególnych osób i odnotowywanie ich styczności z konkretną marką.

Interesujących zmian możemy także spodziewać się w Google. Reklama to zdecydowanie największe źródło przychodów dla tej firmy. Pojawią się nowe formy reklamowe, ale i nie tylko. Gigant będzie zmuszony do zmiany zasad na jakich publikowane są reklamy w YouTube i dać więcej władzy twórcom kanałów tematycznych.

Przykładowe rozwiązania jakie mogą pojawić się w marketingu w 2014 roku:

MARKETING NIEISTNIEJĄCYCH PRODUKTÓW

Firmy z dużym doświadczeniem coraz częściej sięgać będą po rozwiązania stosowane przez startupy w celu sprawdzenia jakie może być zapotrzebowanie na nowy produkt lub usługę. Na porządku dziennym będzie tworzenie stron zbierających dane potencjalnych klientów i prowadzenie badań w grupach docelowych. Pozwoli to nie tylko przewidzieć skalę zapotrzebowania na nowy produkt, ale także sprawdzić czy problem jaki ma on rozwiązać istnieje. Działania tego typu niejednokrotnie będą wykorzystywane do wyboru lepszego produktu spośród dwóch, które mogłyby trafić na rynek.

PROFIL MARKETINGOWY KLIENTA

Powstaną rozwiązania, których celem będzie gromadzenie jak największej ilości informacji dotyczących poszczególnych klientów i ich styczności z daną marką. Firmy będą mogły sprawdzić jakie produkty i usługi posiada lub używa dany klient. Możliwe stanie się także śledzenie historii przekazu reklamowego, który trafił do klienta w różnych kanałach oraz informacji, które wywołały jego zainteresowanie. Firmy coraz częściej będą musiały walczyć o uwagę

pojedynczych osób. Będzie to możliwe jedynie dzięki zgromadzeniu jak największej wiedzy na temat poszczególnych klientów.

REKLAMY ZEWNĘTRZNE WYŚWIETLANE W ODPOWIEDNIM JĘZYKU

Dzięki systemom rozpoznającym, kto patrzy na banery reklamowe umieszczone w sklepach lub na ulicach, możliwe stanie się jeszcze skuteczniejsze kierowanie przekazu. Poligonem doświadczalnym będą miejsca, w których przebywa dużo osób różnych narodowości, takie jak lotniska. To na nich testowane będą rozwiązania, które będą w stanie wyświetlać przekaz reklamowy w języku, który będzie w stanie zrozumieć dany odbiorca.

NOWE RODZAJE REKLAM I WIĘKSZE MOŻLIWOŚCI DLA TWÓRCÓW TREŚCI

Google wprowadzi możliwość zakupu reklam wyświetlanych przy wyszukiwaniu obrazków. Zwiększy to możliwość docierania do potencjalnych klientów i rozpowszechni reklamy wykorzystujące obraz. Pojawią się też krótkie reklamy wideo wyświetlane w wynikach wyszukiwania. Do ich tworzenia Google udostępni własne narzędzie działające podobnie do serwisu Vine. Tego typu reklamy znacznie zwiększą konwersje użytkowników. W serwisach typu YouTube czy Vimeo pojawią się nowe możliwości dla twórców treści, które pozwolą im decydować o tym jakiego rodzaju reklamy mogą być wyświetlane przy ich filmach.

Zdrowie

Prognozy ekspertów



GRZEGORZ GORCZYCA

Broker Innowacji [Wydział Chemiczny PG](#)

ROK 2014 PRZEDSIONKIEM ERY BIOPRINTINGU

Czy rok 2014 nazwiemy początkiem nowej ery, ery Bioprinting'u, czasu rodem z filmów science-fiction, w którym to skonstruowanej przez człowieka maszynie wystarczy zaledwie kilka chwil na rekonstrukcję uszkodzonych fragmentów ciała ludzkiego? Na pozytywną odpowiedź stanowczo jeszcze zbyt wcześnie. Jednak z całą pewnością będzie to przedsiwnek tego okresu.

Bioprinting – drukowanie przestrzenne (z ang. 3-D printing) to proces wytwarzania różnego rodzaju obiektów na podstawie komputerowego modelu z wykorzystaniem żywych komórek. Sam proces drukowania przestrzennego polega na precyzyjnym umieszczaniu drukowanych elementów warstwa po warstwie, co w konsekwencji pozwala na uzyskanie obiektów o dowolnych kształtach.

W chwili obecnej w laboratoriach światowych centr badawczych, opracowywane są jednak znacznie bardziej zaawansowane modele pozwalające na druk wieloma innymi związkami, a także żywymi komórkami. Liderem w tej dziedzinie jest amerykańska firma [Organovo](#), która niedawno wprowadziła na rynek pierwszy trójwymiarowy model tkanki wątroby – ma być on wykorzystywany m.in. przy opracowywaniu nowych leków przeciwnowotworowych. Bez wątpienia to osiągnięcie przybliży firmę do kolejnego celu jakim jest drukowanie całych w pełni funkcjonalnych narządów.

Znacznie bliżej rynku wydają się być badania prowadzone przez amerykańskie centrum badań wojskowych Wake Forest University's

Military Research Center. Opracowywane są w nim technologie drukowania przestrzennego komórek skóry na powierzchni ran pooparzeniowych. Firma wykorzystuje światło lasera do pozyskania geometrycznego modelu 3D skanowanego ubytku skórnoego, a następnie za pomocą zmodyfikowanej drukarki atramentowej umieszcawia komórki tkanki skórnej pojedynczo, warstwa po warstwie, do momentu całkowitego wypełnienia ubytku. W chwili obecnej firma przedstawiła wyniki z pierwszego etapu badań klinicznych. Myszy leczone technologią bioprinting'u zregenerowały ubytek tkanki o dwa tygodnie szybciej w porównaniu do myszy leczonych według standardowych procedur. Celem nowej metody leczenia jest możliwie najszybsze zakrycie i stabilizacja środowiska rany. Wykazano bowiem dodatnią korelację, pomiędzy czasem zabliźniania rany a ryzykiem infekcji, występowania powikłań oraz śmiercią pacjenta.

Zapowiada się, że rozwój tej technologii i uznanie jej jako standard w leczeniu ran pooparzeniowych może zrewolucjonizować ten sektor medycyny. Dotychczasowa praktyka obejmuje wykorzystanie tradycyjnych przeszczepów skóry, jak również substytutów skóry, które niestety występują w ograniczonych rozmiarach, a ich przygotowania wymaga długotrwałych procedur. W przypadku przeszczepów wielu pacjentów w wyniku rozległych oparzeń nie posiada wystarczającej ilości zdrowej skóry, a sam proces transplantacji jest uciążliwy w skutkach. Nowe możliwości związane z wykorzystaniem drukarek 3D będą zatem niesamowitym przełomem w rozwoju zarówno tej, jak i pozostałych dziedzin medycyny.

„Nowe możliwości związane z wykorzystaniem drukarek 3D będą niesamowitym przełomem w rozwoju zarówno tej, jak i pozostałych dziedzin medycyny”

GRZEGORZ GORCZYCA

Prognozy ekspertów



TOMASZ KOWALCZYK

Współwłaściciel [NatuMed](#)

EWOLUCJA PODEJŚCIA DO ZDROWIA

Zdrowie powinno być zdecydowanie brane pod uwagę mówiąc o innowacjach na nadchodzący rok. Jest to aspekt, który dotyczy nas wszystkich bez względu na fakt, czym się zajmujemy i co nas interesuje. Jak będzie ewoluowało podejście do zdrowia w 2014 roku? Oto prognozy:

Bardzo pożądane będą wszelkie inicjatywy, narzędzia i technologie, mające na celu zmniejszenie rozpowszechniania palenia tytoniu. Powstaną wyspecjalizowane czujniki wykrywania palenia na przystankach i w miejscach publicznych, które poprzez odpowiednią gratyfikację palaczy będą przyczyniać się do redukcji liczby wypalonych przez nich papierosów. Zaprojektowane mechanizmy będą w stanie wymieniać informacje z inteligentnymi telefonami i w oparciu o usługi geolokalizacyjne, informować o miejscach najbardziej przyjaznych dla osób nietolerujących dymu nikotynowego oraz ostrzegać palaczy, że w danym miejscu nie powinien sięgać po papierosa.

Bez sprzecznie na stan zdrowia jeszcze większy wpływ niż dotychczas będzie mieć sposób żywienia ludności i jakość zdrowotna żywności. Powstaną serwisy internetowe magazynujące informacje o zdrowych produktach połączone z mobilnymi aplikacjami, które dzięki technologii rozpoznawania obrazu będą mogły przedstawić opinię na temat produktu, który klient zamierza kupić.

Wiele nowych projektów skupi się na zwiększaniu aktywności fizycznej ludności w każdej dziedzinie, co zdecydowanie wpłynie na zdrowie. Pojawią się wirtualni trenerzy online, którzy zastąpią

popularne dziś fitness kanały na YouTube. Trenerzy Ci poprzez wykorzystanie sensorów ruchu będą w stanie nadzorować wykonywane ćwiczenia oraz dostarczać informacji o poprawności ich wykonania (biofeedback).

Zajęcia edukacyjne dla dzieci również będą szły w kierunku nauki w ruchu. Znużone i coraz bardziej otyłe dzieci będą zachęcane do zdobywania wiedzy ruszając się. Działanie takie będą osiągnęte poprzez urządzenie takie jak Kinect, [LeapMotion](#) czy też [Myo](#). Serwisy edukacyjne będą zachęcały swoich użytkowników by nie siedzieli, ale ruszali się, implementując funkcje wykorzystujące nadajniki GPS w telefonach, akcelerometri i żyroskopy.

Pojawiają się w pełni skomputeryzowane sale operacyjne. Gdzie chirurdzy z różnych zakątków świata będą mieli możliwość zdalnej współpracy między sobą. Specjalista będzie miał pełny wgląd w historię choroby pacjenta, skorzysta również z możliwości, jakie daje rozszerzona rzeczywistość oraz będzie miał wgląd w zdjęcia rentgenowskie, które będzie mógł przewijać gestami rąk.

Nie należy również zapomnieć o tym, że wpływ na zdrowie ma i będzie nadal mieć stan sanitarny kraju w tym np. czynniki szkodliwe w środowisku życia i pracy. Dużą popularność zdobędą więc różnego rodzaju aplikacje mobilne pozwalające zgłaszać nielegalne wysypiska śmieci. Ludzie za pomocą specjalnie do tego przystosowanych aplikacji będą mieli możliwość w oparciu o geolokalizację zaznaczać na mapie miejsca, gdzie nielegalnie składowane są śmieci i odpady.

Moje prognozy



Innowacje związane ze zdrowiem najprężniej będą rozwijać się w 3 obszarach: rozwiązaniach dla personelu medycznego, inteligentnym sprzęcie medycznym oraz usługach dla pacjentów. Lekarze otrzymają do swojej dyspozycji urządzenia, które pozwolą im na podejmowanie szybszych i trafniejszych decyzji. Dzięki temu możliwe będzie uratowanie większej ilości istnień ludzkich.

Nowe technologie sprawiają też, że nie zawsze to lekarz będzie stawiać diagnozę i decydować o leczeniu pacjentów. Popularne staną się rozwiązania, które pozwolą na prowadzenie prostych badań lekarskich w inteligentnych domach.

Przykładowe innowacje jakich możemy spodziewać się w tym obszarze to:

GOOGLE GLASS DLA LEKARZY

Odpowiednik tego urządzenia lub jego specjalna wersja przygotowana z myślą o służbie medycznej. Z okularów będą mogli skorzystać zarówno ratownicy medyczni, jak i pielęgniarki oraz lekarze. W niektórych przypadkach pozwoli to szybciej postawić diagnozę, w innych wyświetli dane na temat historii choroby pacjenta lub ułatwi prowadzenie operacji. Urządzenia staną się standardem w prywatnych klinikach, którym będzie zależeć na podniesieniu jakości usług. Na bazie tego typu urządzeń powstanie też cały ekosystem, który będzie odpowiedzialny za dostarczanie oprogramowania, danych klientów i integrację różnych urządzeń. Rozwiązanie to pozwoli jeszcze skuteczniej ratować ludzkie życie w wielu sytuacjach.

DOMOWY ASYSTENT MEDYCZNY

Element wyposażenia, który stanie się standardem w inteligentnych domach. Asystent medyczny będzie w stanie przeprowadzić kilka podstawowych badań i będzie odpowiedzialny za dostarczanie różnych wskazówek dla chorego, które przyspieszą rekonwalescencję. Asystent umożliwi też rejestrację wizyty u lekarza

lub umówienie się na wizytę domową oraz zamówienie leków z recepty bezpośrednio do domu. Wskaże też leki, których termin ważności zbliża się do końca i umożliwi przekazanie ich do punktów, w których będą mogły być zutylizowane. Asystent zawierać też będzie historię chorób domowników.

JEDNORAZOWE KOMPONENTY MEDYCZNE Z DRUKAREK 3D

Drukowanie strzykawek, jednorazowej bielizny dla pacjentów czy innych drobnych elementów wyposażenia znacznie ułatwi pracę w jednostkach medycznych. Nie trzeba będzie już zamawiać zapasów towarów tylko możliwe będzie ich szybkie wydrukowanie. Pozwoli to na optymalizację kosztów klinik i szpitali oraz zwiększy bezpieczeństwo pacjentów.

INTELIGENTNA PIŻAMA

Dzięki niej monitorowany będzie mógł być stan pacjenta. Ponadto takie wyposażenie umożliwi lekarzom szybkie sprawdzenie niektórych informacji na temat zdrowia. Piżama będzie mogła analizować temperaturę czy też puls pacjenta, badać zmiany skórne i tempo gojenia się ran na ciele.

Social media

Prognozy ekspertów

**MAŁGORZATA KALISZCZAK**Zespół Serwisów Społecznościowych WP.PL**GRZEGORZ UŁAN**Redaktor Naczelny Antyweb.pl

POCZĄTEK WALKI MIĘDZY NARZĘDZIAMI DO ANALITYKI SOCIAL MEDIA

Media społecznościowe na dobre zagościły w świadomości marketerów i użytkowników. Ustabilizowała się pozycja agencji social mediowych, a wielu marketerów odkryło profity płynące ze stałej z nimi współpracy – choćby z uwagi na nieustanne zmiany technologiczne i ofertowe w SM. Sektor social media dąży teraz do usystematyzowania i zmierzenia działań realizowanych w tym obszarze. W ubiegłym roku powstało kilka nowych firm z własną metodologią badania zasięgu i zaangażowania użytkowników. Przewiduję tu dalszy postęp, a nawet początek „walki” pomiędzy istniejącymi firmami o ustanowienie jednego narzędzia pomiaru zaangażowania społeczności, wzorem rankingu Megapanel PBI/Gemius.

Zauważam coraz częstszy powrót do korzeni blogowania. W siłę rosną opiniotwórcze, wyważone językowo blogi, których autorzy z klasą wyrażają nawet bardzo zdecydowane poglądy. Do głosu dochodzić będzie społeczność, nikomu wcześniej nieznaną, osób piszących blogi o charakterze dziennikarskim i publicystycznym. Będą się z nimi liczyć pozostałe media, nawet jeśli nie bardzo tego chcą.

Zjawiskiem, z którym z pewnością będziemy się musieli zmierzyć, jest, niestety, cyberprzemoc. Dotarła do nas fala popularności ask.fm. Ten serwis, ze względu na swój anonimowy i otwarty charakter, sprzyja tego typu zachowaniom. Działa zwłaszcza na bardzo młode osoby, które po raz pierwszy zetknęły się z „wolnością” w serwisie internetowym. Myślę, że temat cyberprzemocy wśród dzieci i młodzieży, wywoła w 2014 niejedną dyskusję.

MOCNE UDERZENIE GOOGLE+

Rok 2014 w social mediach to rok dla Google+. Wiem, że brzmi to jak frazes typu „to będzie rok Linuksa”, ale wszystkie znaki na tablicach użytkowników świadczą o tym, że FB dochodzi to tego granicznego punktu cierpliwości, za którym wszyscy zaczną się oglądać za sensowną alternatywą. Google natomiast od samego początku istnienia własnej sieci społecznościowej konsekwentnie przygotowuje się na ich przyjęcie. Ujednolicanie usług, konieczność posiadania wszędzie konta na G+, (może trochę na siłę, ale jest w tym jakaś sensowna metoda) integracja z YT, z najpopularniejszą wyszukiwarką na świecie, Google Zakupy, Chromebooki, Chrome OS, Google Drive, wszystko dostępne z poziomu zwykłej przeglądarki – pozwalają spodziewać się mocnego uderzenia ze strony Google w tym temacie. Najważniejsze pytanie, co zrobi w kierunku najmłodszych użytkowników Internetu, którzy od zawsze byli i są przyszłością oraz szansą na długotrwały sukces rozwiązań społecznościowych.

Może u nas jeszcze tego nie widać, ale za granicą młodzi już zaczynają odchodzić od Facebooka do nowszych i mniejszych usług typu Snapchat. Osobiście nie widzę obecnie podobnej aplikacji w portfolio Google, więc być może kolejne spektakularne przejęcie z ich strony będzie tym, czym nas zaskoczy w nadchodzącym 2014 roku.

Moje prognozy



Jednym z najpopularniejszych trendów jaki występować będzie w najbliższym czasie będzie rozwój narzędzi do tworzenia własnych serwisów społecznościowych. Głównym czynnikiem jaki będzie stać za takimi działaniami jest znaczne ograniczenie zasięgów w Facebooku i brak możliwości kontroli kanałów w zewnętrznych social mediach.

Innym ważnym elementem jaki będzie rozwijać się w najbliższym czasie będą wszelkie usługi zwiększające bezpieczeństwo użytkowników serwisów społecznościowych. Ilość zagrożeń jest coraz większa, a sposoby ataków na użytkowników coraz bardziej przemyślane. Wpływ na rozwój systemów bezpieczeństwa będzie mieć też coraz większe otwieranie się instytucji finansowych na serwisy społecznościowe.

Przykładowe innowacje z obszarów social media jakich możemy się spodziewać to:

TWORZENIE SERWISÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH NA BAZIE NEWSLETTERÓW

Standardem staną się narzędzia umożliwiające zbudowanie niszowych lub markowych społeczności na bazie newsletterów i oferujące gotowe zestawy funkcji. Otworzy to przed właścicielami marek zupełnie nowe możliwości i znacznie zmniejszy koszt prowadzenia kampanii reklamowych w social mediach. Pozwoli też lepiej wykorzystać wcześniej zgromadzone dane. Celem będzie łatwe tworzenie serwisów w pełni kontrolowanych przez konkretne marki.

ANTYWIRUSY DLA MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH

Działania w social mediach coraz częściej wiążą się z niebezpieczeństwem. Aby zapobiec rozprzestrzenianiu się spamu lub wykradaniu danych użytkowników przez aplikacje pojawiają się systemowe rozwiązania blokujące tego typu usługi. Ochrona antywirusowa z poziomu Facebooka stanie się faktem. Takie narzędzia pozwolą skuteczniej bronić się przed różnymi rodzajami ataków

i zablokują groźne treści zanim użytkownik zdąży je zobaczyć.

SERWISY SPOŁECZNOŚCI OBYWATELSKICH KONTROLOWANE PRZEZ MIASTA

Powstaną dedykowane systemy umożliwiające stworzenie serwisu społecznościowego dla mieszkańców konkretnego miasta, kontrolowane przez jego władze. Umożliwią one skuteczniejsze informowanie mieszkańców o ważnych sprawach, staną się miejscem w którym realizowane będą założenia społeczeństwa obywatelskiego. Pozwolą także na wzięcie udziału w głosowaniach oraz referendach i załatwianie spraw urzędowych. Wszystko w prostej i przejrzystej formie dalekiej od rozwiązań typu ePUAP. Urzędnicy i mieszkańcy będą mieć własne profile, na których będzie można śledzić ich aktywności i inicjatywy w jakie są zaangażowani.

SPOŁECZNOŚCIOWY RYNEK FINANSOWY

Na tym polu dużo będzie się działo. W pogoni za zyskami Facebook pójdzie w stronę bankowości i już w tym roku udostępni swoim użytkownikom proste instrumenty finansowe. Pojawi się też nowy rodzaj wirtualnej waluty – social coin. Jej wartość będzie określana na podstawie wpływu jaki ma w social mediach użytkownik. Dzięki temu możliwe będzie zamienienie swojej popularności na prawdziwe korzyści. Im ktoś będzie popularniejszym tym więcej będzie mógł osiągnąć.

Informacje i media

Prognozy ekspertów



LUIZA ZALEWSKA

Dziennikarka, właścicielka dobraulica.pl



MICHAŁ HEROK

Owner SEOgroup

WRAŻLIWE DANE" DOSTĘPNE DLA KAŻDEGO

Podczas gali ubiegłorocznych Data Journalism Awards jury przypadły do gustu i wielopiętrowe, wyszukane prezentacje i użyteczne aplikacje. Ale dla mnie najciekawsza w tej kategorii wciąż pozostaje skromna mapka, jaką opublikowała w grudniu 2012 r. lokalna amerykańska gazeta „The Journal News”.

Jej dziennikarze zdobyli w odpowiednim urzędzie dane o wszystkich osobach, które w dwóch hrabstwach stanu Nowy Jork posiadają legalną broń. Graficy nanieśli te dane na mapę Google'a, identyfikując konkretne gospodarstwa domowe, i pod tytułem: „Kto z twoich sąsiadów ma pozwolenie na broń?” informacja poszła w świat.

To arcyciekawy zwiastun tego, czym może zaowocować obecna rewolucja. Nie tylko technologiczna, bo równolegle do rozwoju nowych narzędzi internetowych, wiele krajów otwiera coraz szerzej ogromne bazy swych publicznych danych. Dzięki temu, dzięki atrakcyjnym formom prezentacji i dzięki demokratyzacji internetu potężne zasoby informacji upubliczniane za pomocą map, wyszukiwarek, aplikacji zaspokajać będą na niespotykaną skalę potrzeby wszystkich zainteresowanych. Co najważniejsze w tym wszystkim – bez żadnych ograniczeń i kontroli.

W Polsce już działa wyszukiwarka, która za drobną opłatą identyfikuje adres konkretnej nieruchomości z numerem księgi wieczystej. Ten prosty zabieg, połączony z indeksacją zawartości [Centralnej Bazy Danych Ksiąg Wieczystych](http://CentralnejBazyDanychKsiągWieczystych), pozwala każdemu poznać tzw. wrażliwe dane osób prywatnych. Politycy będą usiłovali się z tym wszystkim zmierzyć, ale nie sądzę, by dali radę. Kula śniegowa za bardzo się rozpędziła.

GOOGLE ZŁAMIE ZASADĘ, KTÓREJ DO TEJ PORY SIĘ OD ZAWSZE TRZYMAŁ

Rok 2014 będzie z pewnością przełomowy dla obecności w wyszukiwarkach internetowych oraz działań z tą obecnością związanych. Dotyczy to zarówno wyników organicznych, jak i sponsorowanych. Jeśli chodzi o SEO, to rok 2013 pokazał, że Google dalej poważnie rozwija swój mechanizm poprzez wprowadzenie nowego algorytmu Humminbird, który zdaniem twórców jest przełomowy i docelowo zmieni bardzo mocno sposób wyszukiwania informacji poprzez mocniejsze dostosowanie się do potrzeb użytkownika. Ponadto została mocno zaostrzona polityka jakościowa w wynikach organicznych. Ruch ten sprawił, że skończyło się definitywnie „tanie SEO”, przynajmniej dla marek, które myślą o długofalowej strategii obecności w wyszukiwarce. Wydatki dotyczące SEO będą rosły, gdyż liczyć się będzie jeszcze bardziej jakość, a nie ilość, a także bezpieczeństwo działań.

Ponadto coraz bardziej powszechną praktyką dla niektórych firm stanie się dążenie do dominacji w wynikach wyszukiwania dywersyfikując działania na kilka domen/stron, będących bardziej lub mniej rozbudowanymi landing page'ami. Będzie się to odbywało nie tylko poprzez AdWords, ale przede wszystkim przez SEO. Nie ulega wątpliwości, że siła samej marki będzie miała również coraz większy wpływ na wyniki, innymi słowy łatwiej będzie pozycjonować marki będące liderami w swojej branży. Rok 2014 będzie również rozwojowy dla content marketingu, który jako pojęcie staje się bardziej modny, mimo, że w praktyce był istotny od zawsze. Jego rozwój będzie

„Dzięki demokratyzacji internetu potężne zasoby informacji upubliczniane za pomocą map, wyszukiwarek, aplikacji zaspokajać będą na niespotykaną skalę potrzeby wszystkich zainteresowanych - bez żadnych ograniczeń i kontroli.”

LUIZA ZALEWSKA

„Nie ulega wątpliwości, że siła samej marki będzie miała również coraz większy wpływ na wyniki, innymi słowy łatwiej będzie pozycjonować marki będące liderami w swojej branży.”

MICHAŁ HEROK

Prognozy ekspertów

przebiegać poprzez odpowiednią dystrybucję unikatowych treści – jednak nie „suchych”, a takich, które będą angażować użytkownika poprzez zawarty w sobie wysokiej jakości przekaz merytoryczny i emocjonalny.

W kwestii AdWords, to bardzo możliwe, że nastąpi całkowita rewolucja i Google złamie zasadę, której do tej pory się od zawsze trzymał – pojawią się reklamy graficzne w wyszukiwarce – co już częściowo jest wdrożone, a po części jest w fazie testów. Przykładem takiej nowej, działającej już formy reklamowej w wyszukiwarce jest ten [wynik](#). Podobnym przykładem jest [testowanie dużych bannerów](#) na zapytanie brandowe.

Bardzo istotną funkcjonalnością, która od niedawna stała się dostępna również w polskim Google (jako w jednym z siedmiu krajów), jest Google Shopping, czyli usługa zapewniająca wyświetlanie w wynikach sponsorowanych poszczególnych produktów wraz z cenami. Całość jest zintegrowana z Google AdWords. Niewątpliwie będzie ona mocno rozwijana i niebawem będziemy mogli spodziewać się dodatkowych feature'ów.



ŁUKASZ SKALIK

Multimedia Creations Adviser, [WP.PL](#)

KONTENT WIDEO ROZWIJA SIĘ DWUTOROWO

Najbardziej spektakularnym wydarzeniem na przestrzeni ostatnich 12 miesięcy w branży mediów telewizyjnych oraz interaktywnych (powiązanych z obrazem ruchomym), był bez wątpienia eksperyment z serialem „House of Cards”. Ta kosztująca

ponad 100 milionów dolarów 13-odcinkowa produkcja z Kevinem Spacey w roli głównej została sfinansowana przez platformę [Netflix](#) i ku zaskoczeniu wszystkich graczy rynku – od razu w całości udostępniona w internecie. Nie w częściach. Nie z przerwami. Na raz.

Sukces przedsięwzięcia wprowadził lekką konsternację. Po pierwsze – praktycznie zanegował obecny produkcyjny status quo rynku telewizyjnego. Po drugie – po raz pierwszy wywołał tak burzliwą dyskusję wśród „tradycyjnych” nadawców nad przyszłością mediów „linearnych”.

Tymczasem powstaje drugi sezon serii i jakby tego było mało – w tym samym modelu realizowane będą kolejne produkcje, m.in. „Sense8”, nad którym pracuje rodzeństwo Wachowskich.

To właśnie internet z coraz większą premedytacją wdziera się na ekrany telewizorów i telefonów. Nie chodzi wyłącznie o przykład Netflix. Popularyzacja smart TV de facto zmienia telewizję tradycyjną definiowaną jako odbiornik w urządzenie peryferyjne, działające w internetowej chmurze. Oznacza, to że czeka nas przyśpieszenie „ucieczki” kontentu telewizyjnego do sieci, która jednak nie przyjmie go tak chętnie, jak się tego spodziewają producenci.

Tutaj, paradoksalnie, wcale „nie klikają” się 20- czy 50-minutowe programy ze szklanego ekranu. Internetowe wideo według badań – cechuje się krótką i zwięzłą formą, a dopiero później – dłuższą. Oznacza to, że znakomicie adaptuje się na urządzeniach mobilnych. Produkcje i oferta programowa serwisów wideo już jest przygotowywana pod kątem takich urządzeń, i w zależności od kontekstu ich użycia, kontent wideo rozwija się dwutorowo. W opcji „outdoor” – aby na przerwie w szkole lub pomiędzy przystankiem A i B internauta był w stanie obejrzeć np. dwuminutowy klip i przy wysiadaniu z autobusu nie musiał go pauzować i do niego wracać. W opcji „indoor” – czyli z dopasowaniem pod duży ekran telewizora, z możliwością oglądania w HD. Dokładnie tak, jak miało to miejsce w przypadku „House of Cards”.

Moje prognozy



Użytkowników coraz częściej interesuje szerszy kontekst informacji jakie do nich docierają. Ważne będą zarówno dane historyczne, jak i wiedza z innych źródeł. Istotne stanie się pokazywanie powiązań pomiędzy różnymi elementami świata rzeczywistego. Ważnym źródłem danych staną się też urządzenia typu wearables.

Przykładowe innowacje jakich można spodziewać się w tych dziedzinach to:

SEARCH TIMELINE OD GOOGLE

Pozwoli sprawdzić jak dana informacja zmieniała się na osi czasu. Dla niektórych rodzajów treści np. cen produktów pozwoli już z poziomu wyszukiwarki zobaczyć jak historycznie prezentowały się dane na ich temat. Do prezentacji tego typu treści wykorzystane zostaną dane z Knowledge Graph oraz Google+. Wyświetlanie treści w ten sposób pozwoli dać użytkownikowi szukającemu treści pełniejszy obraz na dany temat.

NARZĘDZIA AUTOMATYCZNIE TWORZĄCE RELACJE Z IMPREZ I WYDARZENÍ

Pojawią się rozwiązania, które na bazie treści dodawanych przez różnych użytkowników umożliwią przygotowanie automatycznych relacji z różnych rodzajów imprez i wydarzeń. Na podstawie danych z różnych serwisów tworzone będą galerie zdjęć i montowane zostaną klipy wideo.

WYSZUKIWANIE W DANYCH ZGROMADZONYCH PRZEZ URZĄDZENIA TYPU WEARABLES/IBEACONS

dostawcy usług wyszukiwania udostępnią usługi, które umożliwią indeksowanie danych z urządzeń zewnętrznych typu wearables lub iBeacons. Dzięki temu użytkownik będzie mógł dotrzeć

do większej ilości danych zgromadzonych przez jego urządzenie. W przypadku iBeacons pozwoli to poinformować użytkownika o tym, że w danych punktach czekają na niego specjalne promocje.

„DIGITAL LIFE”

Powstaną systemy, których głównym zadaniem będzie gromadzenie informacji na temat tego co robimy każdego dnia. Dzięki nim możliwe stanie się sprawdzenie co miało miejsce w określonym dniu i godzinie oraz odtworzenie krok po kroku naszego życia. Za gromadzenie tych danych w największym stopniu odpowiedzialne będą aplikacje i urządzenia mobilne.

Praca i kariera

Prognozy ekspertów



DOMINIKA ŁOBODZIŃSKA

Właścicielka konsulti.pl

CYFRYZACJA DZIAŁAŃ HR ORAZ NOWOCZESNE FORMY WSPÓŁPRACY

Nie jest łatwo przewidywać przyszłość i innowacje jakie mogą pojawić się w zagadnieniach związanych z pracą i karierą. Od wielu lat poszukiwanie pracy wygląda podobnie. Kandydat tworzy CV (wcześniej życiorys) i list motywacyjny, które przekazuje do potencjalnych pracodawców. Kiedyś pocztą i poprzez bezpośrednie spotkania, teraz najczęściej za pomocą internetu. W związku z tym czy możliwe są innowacje na takim rynku? One już się dzieją! Trendy mocno wskazują na cyfryzację działań HR oraz nowoczesne formy współpracy:

Cyfryzacja rekrutacji – Coraz więcej firm w swoich rekrutacjach wykorzystuje internet – rozmowy kwalifikacyjne za pomocą Skype, zadania/testy online do wypełnienia, prowadzenie rekrutacji za pomocą serwisów społecznościowych. Jednakże nie chodzi tylko o rynek webowy, również mobile zaczyna wchodzić na płaszczyznę rekrutacji. Pojawił się [Virtual Recruiter](#), który ma pomóc przygotować się do rozmów kwalifikacyjnych, jak również [eRecruiter](#), który wspiera działy HR.

Praca zdalna – Zespoły rozproszone to przyszłość. Coraz więcej firm korzysta z możliwości jakie dają nowe technologie i tworzy zespoły komunikujące się wyłącznie online. W związku z tym konieczny będzie dalszy rozwój narzędzi do pracy w chmurze. Jednakże w niniejszym raporcie istotniejsze od trendów, które łatwiej przewidzieć, są innowacje. Również w tym aspekcie widzę kilka możliwości:

Rekrutacja poprzez reklamy spersonalizowane na Facebooku

– Serwis daje możliwość prezentowania reklamy dla konkretnego użytkownika, wykorzystując do tego jego facebookowe ID. Pozwoli to na dotarcie headhunterowi bezpośrednio do interesujących go kandydatów. Myślę, że taka możliwość może być przede wszystkim wykorzystywana w branżach kreatywnych, gdzie niestereotypowe podejście jest ważne. Takie działania mogą także ciekawie wpłynąć na wizerunek firmy.

Zintegrowanie systemów ERP z portalami społecznościowymi

– Obecnie systemy ERP skupiają się przede wszystkim na „twardych” aspektach prowadzenia działalności. Myślę, że niedługo może okazać się, że to za mało. Konieczne okaże się wprowadzenie modułów integrujących media społecznościowe, które będą optymalizować działania rekrutacyjne i employer brandingowe.

Narzędzie analizujące działania w internecie

– Obecnie posiadamy już kilka serwisów analizujących różne rzeczy w internecie, jednakże nie są one na tyle doskonałe, aby wykorzystywać je na szeroką skalę w rekrutacji. Dobrym krokiem byłoby stworzenie aplikacji (najlepiej zintegrowanej z systemami ERP), która pozwalałaby „prześwietlić” działania kandydata – jego zdjęcia, wpisy na blogach, forach, aktywność w serwisach społecznościowych i wszystkie inne rzeczy z nim związane. Narzędzie to musi działać kompleksowo – zbierać w jednym miejscu wszystkie informacje, nadawać im sentyment, sygnalizować możliwe zagrożenia. Podobny system mógłby być również kierowany do klienta indywidualnego i służyłby do działań personal brandingowych.

„Zespoły rozproszone to przyszłość. Coraz więcej firm korzysta z możliwości jakie dają nowe technologie i tworzy zespoły komunikujące się wyłącznie online. W związku z tym konieczny będzie dalszy rozwój narzędzi do pracy w chmurze.”

DOMINIKA ŁOBODZIŃSKA

Prognozy ekspertów



AGNIESZKA RĘCZAJSKA

Co-founder i CMO w [Virtual Recruiter](#)

REWOLUCJA W REKRUTACJI

Patrząc wstecz na zmiany zachodzące w dziedzinie pracy i kariery można by przypuszczać, że jest jeszcze wiele do zrobienia w tym obszarze. Mimo iż bezrobocie i problemów z zatrudnieniem nie jesteśmy w stanie zlikwidować do zera każda skuteczna zmiana jest na wagę złota.

Zaczynając od najmłodszej grupy na innowację zapowiadają się nowoczesne programy kształcenia studentów przez przedstawicieli firm. Uczelnie bardzo chętnie goszczą w swoich murach praktyków z uznanych przedsiębiorstw, a studenci chętnie z tego korzystają. Zdobycie praktycznej wiedzy niezbędnej do zatrudnienia w danej firmie może być zbawieniem na wysokie bezrobocie wśród młodych ludzi. Tego typu działania były wielokrotnie poruszane, lecz z mizernym skutkiem. Dlatego też innowacyjne, przyjazne programy dające realne korzyści dla szkół, firm i studentów są przyszłością dla poprawienia obecnej sytuacji zatrudnianych. Wiele firm stosuje już różne taktyki z dziedziny employer branding. Wciąż są one raczej mało efektywne i popularne nie wykorzystując w pełni możliwego potencjału.

Idąc dalej w nadchodzącym roku można spodziewać się zmian w relacji pracodawca-pracownik. Pracodawcy starają się wymyślać różne kreatywne formy komunikacji z przyszłym kandydatem. Jedną z nich będzie z pewnością zmiana w rekrutacji. Różnego rodzaju case studies i konkursy o staż są już wykorzystywane, lecz przez czasochłonność to wciąż kropla w morzu. Dlatego też z pewnością możemy spodziewać się innowacji w rekrutacji, gdzie kandydat będzie nie tylko stroną CV, lecz będzie mógł się wykazać dostarczając

w pigułce więcej informacji niż w czarno-białym życiorysie.

Myśląc o innowacji w karierze przyjąłbym również perspektywę pracownika. Powoli nadchodzi czas zmian w przekonaniu, iż firma przyjmuje bądź odrzuca biednego kandydata błagającego o pracę. Rewolucja może być w podejściu do rekrutacji jak do transakcji kupna-sprzedaży, gdzie każdy na coś do zaoferowania, obie strony są zainteresowane zawarciem umowy i są na równi. Dzięki temu rozmowa o pracę i dalsza relacja może wskoczyć na wyższy poziom. Pracownik mający świadomość swoich silnych i słabych stron powinien sam wybierać organizacje, w których chciałby pracować, aby były zgodne z jego oczekiwaniami i wartościami. Może to z pewnością zaprowadzić do trafnego wyboru firmy i zadowolenia z pracy, a co z tym idzie – mniejszej migracji pracowników.

Propozycji innowacji na płaszczyźnie praca i kariera można by wymieniać jeszcze wiele patrząc na politykę państwa, możliwości unijne czy chociażby rosnącą odwagę młodych przedsiębiorców otwierających własne działalności. Podsumowując jednak powyższe prognozy możemy spodziewać się z pewnością wielu ciekawych i innowacyjnych pomysłów dotyczących rozwoju employer branding w firmach, ale także personal branding kandydatów, zmian w rekrutacji, komunikacji i podejściu do zatrudnienia.

„[...] z pewnością możemy spodziewać się innowacji w rekrutacji, gdzie kandydat będzie nie tylko stroną CV, lecz będzie mógł się wykazać dostarczając w pigułce więcej informacji niż w czarno-białym życiorysie”

AGNIESZKA RĘCZAJSKA

Prognozy ekspertów



MARCIN PRYS

CEO [Inspeo](#)

KREATYWNE ROZWIĄZYWANIE PROBLEMÓW HR

Technologie będą mocno oddziaływać na innowacje w sektorze HR. Co może przynieść rok 2014? Ludzka wyobraźnia nie zna granic i stawiałbym przede wszystkim na pojawienie się aplikacji, które w kreatywny sposób podejmą dzisiejsze problemy i pokażą jak dużo dzięki dzisiejszej technologii jesteśmy w stanie wypracować. Dla przykładu:

Mobilna aplikacja pozwalająca śledzić miejsca pracy – podczas jazdy samochodem lub spaceru z telefonem komórkowym, mijając siedziby firm, otrzymujemy automatyczne powiadomienia o miejscach pracy, jakie odpowiadają naszemu profilowi.

Śledzenie nastroju w czasie rozmowy kwalifikacyjnej – rekrutacja prowadzona przez Skype, która pozwala na określenie nastroju kandydata. Dzięki temu można wyłonić pracownika, który w trakcie kontaktu z klientami będzie wywierał pozytywne wrażenie.

Aplikacja dla trenerów rozwoju osobistego, gdzie będą mogli monitorować postępy osób, z którymi pracują. Wysyłać powiadomienia, wyznaczać cele oraz zbierać oceny zwrotne.

Te i podobne innowacje będą pojawiać się jeszcze intensywniej niż dotychczas, a cały trend będzie wspierany start-upową „gorączką złota”.

Niewiele inaczej będzie w związku z wystąpieniem drugiego trendu związanego z automatyzacją procesów, które dzisiaj wykonywane są za pomocą kartki papieru i ołówka. Z tą różnicą, że zdecydowanie w centrum uwagi zostaną umieszczone typowe problemy, których rozwiązanie nie jest specjalnie nośne medialnie.

Cieżko doszukać się w nich innowacji na miarę dzisiejszych czasów, są raczej naturalną reakcją na powstałe zapóźnienia w wykorzystaniu technologii w codziennej pracy. Szczególnie chodzi o takie produkty jak:

Aplikacja do przeprowadzenia pierwszego etapu rekrutacji – szybka selekcja kandydatów, którzy odpowiadają profilowi poszukiwanego pracownika.

Aplikacja do prowadzenia ocen rocznych – zgodnie ze specyfiką organizacji, uwzględniającej charakterystykę poszczególnych spółek czy udziałów.

Jednocześnie należy dodać, że technologie oraz związane z nimi innowacje są zależne od globalnego trendu wzrostowego wydatków na IT. Wg dostępnych prognoz, budżety na oprogramowanie, w tym te operujące w segmencie HR, będą stale zwiększane. To też sprzyjająca okoliczność dla nowych produktów.

Podsumowując, wszystkie systemy do codziennej pracy w branży HR są niezwykle potrzebne. A mogą być tylko bardziej potrzebne. Obecnie występują w ograniczonym zakresie, ale w 2014 roku na pewno będziemy świadkami kilku debiutów. Tutaj również firma [Inspeo](#), będzie mieć do zaoferowania ciekawe aplikacje, które pozwolą zautomatyzować wiele procesów. Przyszłość według prognoz będzie zatem wypełniona tak porywającymi innowacjami, które wywołają tzw. efekt wow, jak również powstaniem wielu aplikacji, które pomogą w rzemieślniczej pracy specjalistów HR.

„Przyszłość według prognoz będzie zatem wypełniona tak porywającymi innowacjami, które wywołają tzw. efekt wow, jak również powstaniem wielu aplikacji, które pomogą w rzemieślniczej pracy specjalistów HR.”

MARCIN PRYS

Moje prognozy

Jedną z najcenniejszych rzeczy jaką możemy zaoferować innym są nasze umiejętności. Popyt na nie w najbliższym czasie znacznie wzrośnie. Pracodawcy rozwijać będą narzędzia, które umożliwią wyłapywanie najlepszych i tych, którzy przejawiają największy potencjał w zdobywaniu nowych umiejętności. Coraz szybsze tempo życia i pracy sprawi, że czas jaki będziemy mieć na naukę będzie coraz krótszy. Wymusi to powstanie rozwiązań, które pozwolą na szybszy rozwój.

Przykładowe innowacje związane z pracą i karierą jakie mogą pojawić się na rynku to:

ROZWÓJ WIELU UMIEJĘTNOŚCI NA RAZ

Powstaną serwisy online i kursy, które pozwolą jednocześnie rozwijać kilka umiejętności. Dzięki doborowi odpowiednich ćwiczeń nauka będzie szybsza i skuteczniejsza niż do tej pory. Kursy będą oparte o umiejętności, które wzajemnie mogą się wspierać i uzupełniać, bo to da najlepsze efekty. Poza nową wiedzą kursant oszczędzi też pieniądze i dużo czasu, który musiał by poświęcić na osiągnięcie biegłości w każdej z nich.

WIRTUALNA PRACA

Pojawią się rozwiązania które umożliwią kandydatom starającym się o dane stanowisko zapoznanie się z obowiązkami na wybranym przez siebie stanowisku w zupełnie nowy sposób. Pozwoli ona lepiej wczuć się w rolę i zasymulować przykładowy dzień pracy. Dzięki temu łatwiej dowiedzieć się co może nas czekać w pracy i jakich zadań można się spodziewać. Narzędzie będzie też służyć rekruterom do sprawdzenia jak dana osoba poradzi sobie na konkretnym stanowisku i będzie stanowił element procesu rekrutacyjnego. Możliwe będzie także testowanie różnych scenariuszy, żeby zdobyć więcej informacji na temat predyspozycji poszczególnych kandydatów.

PROGNOZOWANIE POTENCJAŁU PRACOWNIKA

Na bazie informacji o pracowniku, jego dotychczasowej karierze, zdobytym umiejętnościom, tempie nauki oraz przebytych szkoleniach narzędzia tego typu będą prognozować potencjał rozwojowy danej osoby. Pokażą czego mogła by się jeszcze nauczyć żeby firma mogła lepiej wykorzystać jej potencjał lub wskażą stanowisko, na które powinna trafić.

APLIKOWANIE NA STANOWISKA Z POZIOMU WYSZUKIWARKI GOOGLE

Największy dostawca usług wyszukiwania informacji na świecie udostępni nowe narzędzie dla rekruterów i osób szukających pracy. Informacje o wakatach będą wyświetlane obok wyników wyszukiwania, a osoby posiadające konto na Google+ będą mogły złożyć aplikację na stanowisko już z tego miejsca.



Podsumowanie

Cechą wspólną pomysłów opisanych w niniejszym raporcie jest to, że mają rozwiązywać konkretne problemy. Tego właśnie oczekują odbiorcy. I takie innowacje mają największe szanse na pojawienie się na rynku. Prace nad niektórymi z nich zapewne już trwają. Najprawdopodobniej dzieje się to równolegle w różnych zakątkach świata. I w każdym z nich może powstać zupełnie inne rozwiązanie. Wszystko dlatego, że różni ludzie patrzą na te same problemy z różnych perspektyw.

Czego jeszcze można spodziewać się po innowacjach jakie pojawią się w 2014 roku? Świat czeka na kolejny przełomowy wynalazek, który zmieni nasze życie i będzie filarem ogromnego ekosystemu różnego rodzaju produktów i usług. Być może nie będzie to mieć miejsca na skalę ogólnoswiatową, ale niewątpliwie znajdzie się wiele mniejszych obszarów, w których pojawią się rozwiązania zmieniające dotychczasowe reguły gry.

Teraz kolej na Ciebie. Pomyśl o problemach, z którymi borykasz się każdego dnia. Zadań sobie pytanie: jak mogę je rozwiązać? Zaczynaj eksperymentować i łączyć ze sobą różne elementy. Myśl inaczej niż inni. Dzięki temu znajdziesz się na dobrej drodze do innowacji. To wcale nie jest takie trudne. Innowacje powstają wokół nas każdego dnia. I w tej kwestii nic się nie zmienia. To czy wykorzystasz swoją szansę na zrobienie czegoś przełomowego zależy tylko od Ciebie.

Powodzenia!