Il cambiamento della comunicazione

Il 2020 deve essere considerato un nuovo anno zero: tutto è cambiato nella nostra quotidianità. Siamo di fronte a uno scenario imprevisto e imprevedibile. Sono mutati gli orizzonti dell'economia e dei mercati, si sono imposte nuove dinamiche di consumo e si sono affermati inediti format relazionali. Questa crisi ha portato a un'esplosione del virtuale con proporzioni che stanno cambiando rapidamente. I marchi che sono i punti di riferimento e di senso, per riuscire a restare in una connessione coerente con il consumatore, devono rimodulare le proprie strategie di narrazione con un ripensamento totale.

Tutto è cambiato nella nostra quotidianità nei nuovi scenari economici.
Il Covid-19 ha fatto emergere nuove relazioni multicanale rispetto alle resistenze del passato. La presenza costante e la vicinanza relazionale si esplicitano necessariamente con elementi digitali, laddove non ci sono contatti fisici. Dobbiamo parlare di **mutamenti epocali dei processi di consumo**, con una rifocalizzazione inevitabile dei bisogni di ogni consumatore.



Nuove dinamiche di consumo e nuovi mercati

Questa "carcerazione" obbligatoria **ha scioccato completamente ogni tipo di consumatore, polverizzando qualsiasi abitudine o metodologia di acquisto.**
Ci siamo ritrovati in un modo inaspettato a dover interagire "in/con" un mondo totalmente diverso e completamente inedito, fatto da regole e stili a cui non eravamo preparati. Tutto ciò spinge ogni consumatore verso una nuova interazione digitale sia per le future relazioni sociali, sia per l'acquisto e la fruizione di beni e servizi. Rapidamente le piattaforme d'interconnessione multimediale hanno superato la soglia della diffidenza. Lo smart working si è imposto in modo fulmineo nel nostro lessico quotidiano.
Ordinare dei piatti pronti online o esplorare una piattaforma per acquistare un arredamento completo di una casa interagendo con un arredatore a mezzo chat: solo un paio di mesi fa, tutto questo sarebbe stato quasi un' utopia per la maggior parte delle persone.
L'effetto Covid-19 **cancellerà e modificherà almeno per un po' molte delle nostre "affezionate abitudini"** come gli aperitivi, i momenti di socialità collettiva, feste, eventi, party e tanti altri momenti d'aggregazione.
Il prossimo futuro delle relazioni interpersonali subirà una radicale trasformazione, che da un lato sarà voluta dai noi stessi, esasperati da un fattore di protezione e prevenzione, e dall'altro lato sarà dovuta a ferree regole governative imposte alle modalità di interazione sociale, al fine di prevenire una possibile ricaduta.
Cambiano i rapporti con i nostri mezzi di locomozione, come l'automobile, e le nostre abitudini legate al corpo e al tempo libero, dalla palestra, fino all'approccio con l'igiene e il benessere personale.
I bar dovranno servire i caffè rispettando il numero massimo di persone all'interno, così come i tavoli dei ristoranti dovranno essere a distanze ben maggiori delle attuali.
Le nuove abitazioni dovranno essere progettate rispettando nuove regole di spazi comuni. Queste sono solo alcune delle cose che stravolgeranno la nostra quotidianità, sia personale, sia professionale.

Next Relations: l'evoluzione del cambiamento

Da oltre 30 anni la nostra professione è stata la comunicazione, ma ora questa esperienza passa allo storico.
Durante l'esplosione del Covid-19 abbiamo lavorato costantemente per interpretare le possibili necessità del futuro, ma la singola competenza non è sufficiente. Next ha quindi aggregato un **team specialistico di professionisti per generare un'esperienza che non esiste.**
Un team, composto da professionisti della comunicazione, dello smart working, della psicologia, della sociologia, dell'economia, della sicurezza, dell'ambiente, dell'editoria economica, blogger, social media manager, grafici, architetti, content producer, web designer, Seo men. Un gruppo di "teste pensanti" in confronto costante per elaborare strategie in ogni settore e rispondere alle nuove future necessità delle aziende di ogni dimensione.

Il prossimo futuro sarà certamente diverso, complesso, ma con forti potenzialità.
Ora siamo tutti a nuova linea di partenza, a un nuovo start.
Next relations si rivolge, in particolare, a quelle aziende che stanno cominciando a **programmare il post-lockdown** e, avvertendo i mutamenti intercorsi in queste settimane, sentono la necessità di una "bussola" che le aiuti ad orientarsi nella delicata fase della ripartenza.
Intendiamo fornire risposte puntuali e precise, utili per **correggere in corso d'opera le azioni previste all'interno dei piani marketing** e individuare le **corrette future strategie nel campo della comunicazione e delle vendite.**
Il nostro obiettivo è intercettare le trasformazioni in atto per dare slancio alla ripresa e dimensionare gli effetti della "shut-in economy" (l'economia legata all'isolamento a causa del Coronavirus), definendo **azioni prioritarie per retail, industria e istituzioni.**

Anche noi
abbiamo deciso di cambiare,
iniziando dal nostro logo
che rappresenta nella nostra visione
la volontà di interpretare al meglio
l'evoluzione del cambiamento
nelle relazioni.

NEXT RELATIONS

l'evoluzione del cambiamento

WWW.NEXTRELATIONS.IT

Next relations è un brand di Next srl | Via Muratti 56, 33100 - Udine | Tel. +39 0432 1793359 | mob:+39 335 7040604 | mail: lucchese@nextrelations.it