

modi in cui queste guidano i loro dipendenti, formulano una nuova employee value proposition e gestiscono le relazioni azienda-cliente.

2. **La fine dell'era dell'abbondanza?** - Nell'ultimo anno, molti di noi sono stati testimoni e hanno avuto esperienza diretta di scaffali vuoti, bollette energetiche in aumento e carenze nei servizi quotidiani. Mentre la scarsità determinata dalle carenze logistiche potrebbe essere una sfida temporanea, il suo impatto persisterà e porterà a un cambiamento della nostra "idea di abbondanza" – basata su disponibilità, comodità e rapidità dei beni di consumo – e ad una maggiore coscienza ambientalista. Le imprese devono affrontare l'ansia da disponibilità che ha attanagliato molte persone in tutto il mondo.
3. **Frontiere prossime venture-** Il metaverso è un'esplosione culturale che si prepara a manifestarsi da un momento all'altro. Sarà una nuova frontiera di internet su cui convergeranno tutti i livelli esistenti di informazioni, interfacce e spazi attraverso i quali le persone interagiscono. È un luogo in cui si potranno generare profitti, creare nuove opportunità lavorative e offrire infinite possibilità alle persone di contribuire alla costruzione o evoluzione dei brand. Il metaverso non esisterà solo attraverso schermi e cuffie ma includerà anche esperienze e luoghi del mondo reale in dialogo con il mondo digitale.
4. **Il valore della verità-** Le persone si aspettano di avere risposte alle loro domande semplicemente premendo un pulsante o attraverso un breve scambio con un assistente vocale. Il fatto che sia così facile e immediato implica che le persone facciano più domande. Per i marchi, la serie di domande dei clienti e il numero di canali per porle sono in costante crescita. Come rispondere è una grande sfida di design, un fattore critico per l'istaurazione di un rapporto di fiducia e una futura fonte di vantaggio competitivo.
5. **Trattare con cura-** L'anno passato, l'assistenza agli altri e la cura di sé, hanno assunto un ruolo primario dal punto di vista dei servizi e dei canali per fornire assistenza, sia digitali che fisici. Tale responsabilità continuerà ad avere la priorità nelle nostre vite. Una tendenza che sta creando opportunità e sfide per i datori di lavoro e i brand, che devono ora stabilire come integrare l'assistenza nelle relazioni con i dipendenti, i clienti e la società in generale.

*"Mentre i consumatori ripensano tutte le loro relazioni, i brand si trovano di fronte a due grandi responsabilità: operare oggi avendo cura del mondo e allo stesso tempo costruire il proprio futuro tenendo in considerazione il benessere del pianeta, delle imprese e della società", ha commentato **Alessandro Diana Managing Director di Accenture Interactive**. "La chiave sta nel comprendere a fondo l'impatto delle nuove relazioni e aspirazioni delle persone e convertirle in strategie operative efficaci, per generare rilevanza e crescita in azienda".*

Ogni anno, Accenture pubblica una trilogia di rapporti sui trend, offrendo una visione articolata del futuro delle persone, della tecnologia e delle imprese. Fjord Trends, che si concentra sul comportamento delle persone e il suo conseguente impatto sulla società, sulla cultura e sulle imprese per l'anno a venire, è realizzato in crowdsourcing dalla rete globale di oltre 2.000 designer e innovatori di Accenture Interactive in più di 40 località. Per maggiori informazioni [visita il sito](#), scarica [il report](#) e per una discussione su Twitter [#FjordTrends](#).

Accenture

Accenture è un'azienda globale di servizi professionali con capacità avanzate in campo digitale, cloud e security. Combinando un'esperienza unica e competenze specialistiche in più di 40 settori industriali, fornisce servizi in ambito Strategy & Consulting, Interactive, Technology e Operations, sostenuta dalla più ampia rete di Advanced Technology e Intelligent Operations centers a livello mondiale. I nostri 674.000 talenti combinano ogni giorno tecnologia e ingegno umano, servendo clienti in oltre 120 paesi. Accenture

abbraccia la potenza del cambiamento per creare valore e successo condiviso per i clienti, le persone, gli azionisti, i partner e le comunità.

www.accenture.it

www.accenture.com

Accenture Interactive sta re-immaginando il business attraverso l'esperienza. Promuoviamo la crescita sostenibile creando esperienze significative al confine tra scopo e innovazione. Collegando profonde intuizioni umane e di business con le possibilità della tecnologia, progettiamo, costruiamo, comunichiamo e realizziamo esperienze che rendono la vita più facile, più produttiva e gratificante. Accenture Interactive è classificata come la più grande agenzia digitale del mondo da Ad Age ed è stata nominata una delle aziende più innovative da Fast Company. Per saperne di più, seguici [@AccentureACTIVE](https://twitter.com/AccentureACTIVE) e visita www.accentureinteractive.com.

###

Contatti

Ufficio stampa Accenture

accenture.stampa@accenture.com

+39 331 6989467