



TREND·WATCHING

Trend: VIRTUAL EXPERIENCE ECONOMY

MegaTrend: *STATUS SEEKERS*

Știm cu toții că obținerea statusului și recunoașterea socială reprezintă o necesitate profundă și universală. Pentru foarte multe persoane, statusul pe care îl dobândesc la nivel social se bazează pe bunurile materiale, serviciile și experiențele pe care le acumulează și împărtășesc cu alții. Nu e de mirare că din ce în ce mai mulți apelează la noile tehnologii imersive prin care pot acumula informații și experiențe noi, fie că vorbim de rețele sociale, jocuri sau alte spații virtuale, care să le aducă recunoaștere și un anumit status.

Afluența în masă, satisfacerea pe scală largă a nevoilor și dezvoltarea continuă duce la o diversificare a statusului, așteptările consumatorilor depășind performanța funcțională de “a avea”, “a deține” și “a cumpăra” multe lucruri materiale (casă, mașină, haine și accesorii de firmă). Într-o lume post-materială, aceștia doresc să împărtășească cu cei din jur mai multe experiențe, cunoștințe, abilități, expertize, conexiuni și din ce în ce mai multe povești interesante, care să vorbească despre ei, gusturile și sensibilitățile lor. Este căutată exclusivitatea – serviciile, evenimentele, produsele și privilegiile care pot fi accesate doar în funcție de merit sau câștigate, acestea din urmă contribuind la formarea și dezvoltarea statusului.



Exemplu global: În contextul COVID19, pentru cei care nu mai pot vizita Israel-ul, Ministerul Tursimului și agențiile de turism oferă [tururi virtuale](#) ale celor mai cunoscute [obiective turistice](#). Aceși abordare a fost îmbrățișată și de foarte multe muzee [internaționale și locale](#).

[“Cel mai gay hotel din Miami – Gaythering”](#) care s-a închis datorită COVID-19, transmite acum live pe canalele de socializare sesiunile de bingo, happy hour, nopți trivia și karaoke în fiecare săptămână. Hotelul plănuiește următoarele [evenimente pentru comunitatea LGBT](#) pe timpul pandemiei, astfel încât să acopere și să satisfacă cea mai mare nevoie a omului – aceea de a fi conectat cu cei din jur.



Exemplu local: Universitatea Craiova și Peluza Nord Craiova, organizează un [meci demonstrativ de FIFA 20](#), suma obținută din vânzarea biletelor virtuale urmând a fi donată Spitalului Clinic de Boli Infecțioase și Pneumoftiziologie din Craiova.

