

LOGIN ([http://www.brand-news.it/wp-login.php?redirect\\_to=%2Fintelligence%2Ftrend%2Ftrendmonitor-baba-nella-the-now-age-tempo-piu-grande-criterio-segmen](http://www.brand-news.it/wp-login.php?redirect_to=%2Fintelligence%2Ftrend%2Ftrendmonitor-baba-nella-the-now-age-tempo-piu-grande-criterio-segmen))



BRAND NEWS  
([HTTP://WWW.BRAND-NEWS.IT](http://www.brand-news.it))

> INTELLIGENCE ([HTTP://WWW.BRAND-NEWS.IT/INTELLIGENCE/](http://www.brand-news.it/intelligence/))

> TREND ([HTTP://WWW.BRAND-NEWS.IT/INTELLIGENCE/TREND/](http://www.brand-news.it/intelligence/trend/))

&gt;

# PER IL TRENDMONITOR DI BABA NELLA #THE NOW AGE IL TEMPO È IL PIÙ GRANDE CRITERIO DI SEGMENTAZIONE

□ 10 Gennaio 2018

FREE TREND

Sarà presentato l'8 febbraio prossimo presso l'Accenture Customer Innovation Center di Milano il Forecast 2018-19 frutto del TrendMonitor di baba, monitoraggio quali-quantitativo che connette segnali, analisi e mappatura semiotica delle tendenze insieme con l'identificazione dei target di comunicazione e il loro rispecchiamento nei big data.

## TREND MONITOR® #THE NOW AGE FORECAST 2018-2019

(<http://www.brand-news.it/wp-content/uploads/2018/01/baba-trendmonitor-the-now-age.jpg>)

Il forecast, che ha per tema il concept #The Now Age, sarà introdotto da Giulia Ceriani, presidente dell'istituto di ricerca, e commentato da Alessandro Diana, Accenture Interactive lead Italia, e Elena Aiello, Accenture marketing lead Italia.

<http://www.brand-news.it/intelligence/trend/trendmonitor-baba-nella-the-now-age-tempo-piu-grande-criterio-segmentazione/>

7/2/2018

Per il TrendMonitor di baba nella #The Now Age il tempo è il più grande criterio di segmentazione

Secondo le prime anticipazioni di baba in una società e in un mercato globali in cui la trasformazione digitale ha reso la variabile 'spazio' relativamente indifferente, il tempo invece è il grande criterio di discriminazione e segmentazione: in #The Now Age non ci sono passato né futuro, ma un presente che orienta 4 scenari alternativi dell'anticipazione, battezzati Inertia, Impulse, Infinity, Incidence.

Come negli ultimi anni il TrendMonitor analizza 12 paesi (Italia, Francia, UK, Germania, Spagna, Turchia, Brasile, USA, Giappone, India, Cina e Russia) e si concentra su 9 settori industriali (food, beverage, mobility, body, fashion, retail, hi-tech, comunicazione e home).

**Tags:** [accenture](http://www.brand-news.it/tag/accenture/) (<http://www.brand-news.it/tag/accenture/>), [baba](http://www.brand-news.it/tag/baba/) (<http://www.brand-news.it/tag/baba/>), [The Now Age](http://www.brand-news.it/tag/the-now-age/) (<http://www.brand-news.it/tag/the-now-age/>), [TrendMonitor](http://www.brand-news.it/tag/trendmonitor/) (<http://www.brand-news.it/tag/trendmonitor/>)

□