



Consumer shifts 2022

STAY IN CONTROL



In times of uncertainty, consumers crave a sense of control over their lives.

Brands can empower consumers with information and choices that help them make confident decisions that protect themselves, the planet and everything on it.

BREAK OUT & RE-EXPERIENCE



Consumers are eager to break out of their confines and explore, play and embrace novel experiences.

Due to the COVID-19 outbreak, feeling good has become a desired outcome for most interactions, whether with a product or a person

EXPLORE OMNI-SPACES



The home will continue to be a sanctuary for many people, but also out of home consumption is back.

Brands are re-imagining physical and virtual spaces to offer convenience and choice to consumers.



เทรนด์การเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค 2022

ความสามารถในการควบคุม



ในช่วงที่ทุกอย่างคือความไม่แน่นอน ผู้บริโภคต้องการรู้สึกว่าชีวิตอยู่ในการควบคุม

แบรนด์สามารถช่วยผู้บริโภคได้ด้วย การให้ข้อมูลและตัวเลือก ที่จะช่วยทำให้ การตัดสินใจทำได้อย่างมั่นใจเพื่อ ปกป้องตัวเอง ปกป้องโลก และทุก ๆ อย่างในชีวิต

ความสนุกและสัมผัสประสบการณ์ใหม่



ผู้บริโภคมองหาหนทางที่จะหลุดออกจากกรอบ และตามหาสิ่งใหม่ ๆ ที่มีความสนุกสนาน สร้างประสบการณ์ใหม่ กับสิ่งที่แตกต่าง

การระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้ผู้บริโภค ต้องการ “ความรู้สึกดี ๆ” จากการมี ปฏิสัมพันธ์ไม่ว่าจะกับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ หรือกับผู้คน

ความต้องการพื้นที่เชื่อมโยง ระหว่างออฟไลน์และออนไลน์



บ้านยังคงเป็นที่ผ่อนคลายหลักสำหรับหลาย ๆ คน แต่การบริโภคนอกบ้านก็กลับมาคึกคักเช่นกัน

แบรนด์ต่าง ๆ กำลังสร้างพื้นที่ทางกายภาพและพื้นที่เสมือนจริง เพื่อมอบความสะดวกสบายและทางเลือกให้แก่ผู้บริโภค