



ROHIT BHARGAVA

**NON OBVIOUS
MEGA
TRENDS**

HOW TO SEE **WHAT OTHERS MISS**
AND **PREDICT THE FUTURE**

РОХИТ БХАРГАВА

МЕГА ТРЕНДЫ

КАК ПРЕДСКАЗЫВАТЬ **ГРЯДУЩИЕ**
ТРЕНДЫ И ВИДЕТЬ ТО,
ЧТО **УПУСКАЮТ ДРУГИЕ**

БОМБОРАTM

Москва 2021

УДК 339.13
ББК 65.290-2
P94

Rohit Bhargava

NON OBVIOUS MEGATRENDS
How to See What Others Miss and Predict the Future

© Rohit Bhargava, 2020

Published by special arrangement with Ideapress Publishing in conjunction with their duly appointed agent 2 Seas Literary Agency and co-agent Lester Literary Agency & Associates

Бхаргава, Рохит.

P94 Мегатренды. Как предсказывать грядущие тенденции и видеть то, что упускают другие / Рохит Бхаргава ; [перевод с английского Д. Шалаевой]. — Москва : Эксмо, 2021. — 288 с. — (Top Business Awards).

ISBN 978-5-04-119260-0

Рохит Бхаргава – основатель Influential Marketing Group, специалист по трендам, спикер TEDx, футурист и консультант по вопросам брендинга. В последнем переиздании его культовой книги вас ждут 5 ключевых типов мышления, необходимых для того, чтобы предсказывать тренды, 10 главных тенденций, которые сформируют следующее десятилетие, а также размышление о том, какие последствия они будут иметь для культуры, бизнеса, карьеры и всего человечества.

УДК 339.13
ББК 65.290-2

ISBN 978-5-04-119260-0

© Перевод на русский язык Шалаевой Д. 2021
© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2021



«Мегатренды» — это острая, четко сформулированная и безоговорочно полезная книга на одну из моих любимых тем — тему будущего. Рохит предлагает важное руководство (с действенными советами и занимательными историями) по использованию возможностей кураторства для понимания и подготовки к будущему бизнеса.

*Дэниел Х. Пинк,
автор бестселлеров «To sell is Human» и «When»*

Разбейте свой волшебный хрустальный шар и выбросьте чайные листья¹. В этой книге Рохит показывает, как и где обнаружить будущие тенденции, которые повлияют на формирование вашего бизнеса, бренда и даже на ваше собственное принятие решений.

Салли Хогсхед, автор бестселлера «How the world sees you»

Я читаю очень немногие книги, надеясь, что и окружающие поступают так же. Но избранные мной книги настолько содержательные, познавательные и дающие пищу для размышлений, что обеспечивают мне мощное конкурентное преимущество. «Мегатренды» — одна из них. Не рискуйте пропустить ее.

*Шив Сингх, бывший старший вице-президент
глобального бренда VISA; руководитель цифрового
подразделения PepsiCo; соавтор книги
«Savvy: Navigating fake companies, Fake leaders, and fake news»*

Это одна из редких книг, стимулирующих озарения и помогающих понять, в каком направлении развивается бизнес. Отличное чтение.

Чарльз Дахигг, автор бестселлера «The power of habit»

Лучшие книги освещают свою тему всесторонне. Новая книга Рохита дает представление о важных деловых и культурных тенденциях, объясняет, почему они важны и на какие действия способны вдохновить. Более того, автор щедро учит, как раз-

работать собственный подход к оценке важных и не имеющих значения тенденций. К тому же книга хорошо написана, что превращает ее чтение в удовольствие, а не в рутину!

*Энн Хэндли,
главный контент-директор, Marketing Profs*

Хрустальный шар не нужен, чтобы предсказать, что будущее за цифровыми технологиями. Вместо того чтобы рассказывать то, что вам уже известно, Рохит нацеливается на нечто гораздо более важное: помочь освоить образ мышления, основанный на любопытстве и наблюдательности, чтобы понять окружающий мир. Если вы верите в обучение на протяжении всей жизни, прочтите эту книгу!

*Джонатан Бехер, президент San Jose Sharks,
бывший директор по маркетингу SAP*

Многие книги обещают помочь вам увидеть вещи иначе, но книга Рохита действительно добивается этого. Сочетание образного мышления, инсайтов и бизнес-стратегии показывает, как обнаружить значимые особенности, которые другие упускают из виду. Книга — настоящее исследование.

Санни Браун, автор книги Gamestorming

«Мегатренды» — это просто, элегантно и мощно: одна из тех чрезвычайно увлекательных книг, от которых невозможно оторваться. Ежегодно я использую идеи из этой книги, чтобы помочь своей команде увидеть новые возможности и перехитрить конкурентов.

*Хоуп Фрэнк, директор по маркетингу
и цифровым технологиям + футуролог*

Рохит разрабатывает золотую жилу идей и тенденций, которые будут определять будущее маркетинга и новых продуктов. Прочтите эту книгу, чтобы опередить всех.

*Гай Кавасаки, главный «евангелист» Canva,
автор «The art of start, 2.0»*

Часто книги рекомендуют «думать по-новому», но «Мега-тренды» — одна из немногих книг, которая действительно учит, как это делать. Независимо от того, пытаетесь ли вы убедить клиентов, мотивировать команду или просто произвести впечатление на требовательного босса, книга поможет добиться успеха. Я уже купил по экземпляру для всех членов моей команды.

Джон Герзема, автор бестселлера «The Athena Doctrine»

Вся наша отрасль ориентирована на будущее: будущее детей, будущее школ, будущее образования. Для членов приемной комиссии умение распознавать и оценивать это будущее — незаменимый навык. В книге Рохит предоставляет инструменты, необходимые для точного выполнения этих функций и лучшего прогнозирования того, что будет важно завтра, на основе совершенствования наблюдений за днем сегодняшним.

*Хизер Херле, исполнительный директор
Enrollment Management Association*

Инсайты, приведенные в книге Рохита, служат бесценным руководством к пониманию нашего клиента. Его предсказания полезны, их ежегодно с нетерпением ждут в нашей группе по всему миру. Как B2B-маркетолог и руководитель я рекомендую книгу (а делаю это нечасто) к обязательному прочтению всем членам моей команды.

*Навин Раждев, бывший директор по маркетингу,
компания Wipro*

Искусно сплетая вместе разные сюжеты, чтобы выявить простые, но мощные тенденции, Рохит предлагает план: как сделать идентификацию тенденций ключевым компонентом вашей бизнес-стратегии. Формат его книги позволяет новичку легко усвоить эти принципы, а эксперту — добыть жемчужины мудрости.

*Джоуи Коулман,
главный эксперт по взаимодействию
в организации Design Symphony,
автор книги «Never lose a customer again»*

Видеть то, чего не видят другие, — это, пожалуй, высшая форма творчества. Откройте для себя подход, описанный в «Мега-трендах», и вы получите свой билет к успеху в любой области.

*Джон Янч, автор книг «Duct Tape Marketing»
и «Duct Tape Selling»*

Очень немногие люди понимают мир цифрового бизнеса лучше, чем Рохит, и я на протяжении многих лет знакомил своих клиентов с его идеями. Его новая книга обязательна к прочтению, чтобы научиться обнаруживать закономерности, предвидеть глобальные тенденции и постоянно мыслить как футуролог!

Герд Леонгард, автор книг и лектор

На самом деле я хотел бы, чтобы некоторые из предсказаний Рохита не сбылись («Селфи-уверенность? Нееееет!») ...но обычно они сбываются. Он лучший по этой части, и его книга объяснит вам почему.

*Скотт Страттен,
автор четырех бестселлеров, включая «UnSelling»,
победитель 2014 Sales Book of the Year*



*Моим родителям — за то, что они всегда давали мне
возможность увидеть мир по-своему...
даже если это не всегда было очевидно.*

Оглавление

ЧАСТЬ I ИСКУССТВО НЕОЧЕВИДНОГО МЫШЛЕНИЯ

Введение	15
Глава 1. 5 МИРОВОЗЗРЕНЧЕСКИХ УСТАНОВОК НЕОЧЕВИДНЫХ МЫСЛИТЕЛЕЙ	25
Глава 2. МЕТОД «СТОГ СЕНА» ДЛЯ ВЫРАЩИВАНИЯ НЕОЧЕВИДНЫХ ИДЕЙ	39
Глава 3. КАК ПРИМЕНЯТЬ НЕОЧЕВИДНОЕ МЫШЛЕНИЕ ДЛЯ ЗАБАВЫ И ВЫГОДЫ	64

ЧАСТЬ II НЕОЧЕВИДНЫЕ МЕГАТРЕНДЫ

Глава 4. МАСШТАБИРОВАННАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ	85
Глава 5. ОТКАЗ ОТ ГЕНДЕРА	97
Глава 6. МГНОВЕННОЕ ЗНАНИЕ	110
Глава 7. ОБРАЩЕНИЕ К ПРОШЛОМУ	121
Глава 8. РЕЖИМ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО	132
Глава 9. ВНИМАНИЕ КАК БОГАТСТВО	145
Глава 10. ЦЕЛЕНАПРАВЛЕННАЯ ПРИБЫЛЬ	159
Глава 11. ОБИЛИЕ ДАННЫХ	171
Глава 12. ЗАЩИТНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	184
Глава 13. ПОТОВОКОВАЯ ТОРГОВЛЯ	196

ЧАСТЬ III ПРЕДЫДУЩИЕ ДОКЛАДЫ О ТРЕНДАХ (2011—2019 ГОДЫ)

ОБЗОР: КАК ЧИТАТЬ ДОКЛАДЫ О ПРЕДЫДУЩИХ ТРЕНДАХ	211
Заключение	252
Благодарности	254
Дополнительная литература	256
Примечания	262
Алфавитный указатель	282

Часть I

ИСКУССТВО
НЕОЧЕВИДНОГО
МЫШЛЕНИЯ

Введение

«Я читаю не быстро. Я быстро понимаю».

*Айзек Азимов,
писатель, историк, биохимик*

1962 год. Человек по имени Роберт Таунсенд только что уволил весь свой рекламный отдел.

Компания, которую он недавно возглавил, не приносила прибыли уже более десяти лет, и если он надеется переломить ситуацию, то ему нужна грандиозная идея — но у него нет большого бюджета. В отчаянии он рассылает короткий бриф горстке креативных директоров самых популярных рекламных агентств Нью-Йорка, задавая единственный вопрос, на который невозможно найти ответ: «Как получить рекламу на пять миллионов долларов, потратив один миллион долларов?»

Одно агентство отвечает необычным предложением. Билл Бернбах, основатель известного рекламного гиганта Doyle Dane Bernbach (DDB), просит 90 дней на изучение вопроса и соглашается взяться за работу при одном условии: Таунсенд должен пообещать осуществить любую рекламную идею, предложенную DDB, в точности так, как написано, без каких-либо замечаний.

Он соглашается.

DDB начинает с запуска серии фокус-групп, но полученные результаты приводят в уныние. Бренд находится на далеко отстоящем втором месте после доминирующего лидера отрасли, и большой надежды сократить разрыв нет. Неизвестный копирайтер по имени Пола Грин, получив задание найти некую вдохновляющую идею, на основе которой можно выстроить кампанию, предлагает необычное решение².

Будучи редкой женщиной-копирайтером времен печально известной «золотой эры рекламы», в которой доминировали мужчины, Грин уже