

Onderzoek Mediaverkenning Trends en Ontwikkelingen

Voor onze mediaverkenning doen we onderzoek naar trends en ontwikkelingen op verschillende gebieden zoals: de muziekindustrie, online marketing, UX & UI design, SEO, social media en andere gebieden die betrekking hebben op ons project.

Designtrends

Zwart is het nieuwe wit:

Steeds meer grote platformen krijgen een dark mode optie. IOS van Apple, maar ook Reddit, NOS en Instagram hebben sinds kort een dark theme gekregen en veel platforms volgen. Gebruikers vinden een dark mode fijn omdat dit rustiger is voor de ogen, het kost minder stroom. Bovendien zorgt een zwarte achtergrond ervoor dat alles wat erop komt intensiever word.



Dingen met de muis:

Een interactie die een animatie oproept zijn al jaren in opkomst. Acties van gebruikers krijgen een response. Het is plezierig in gebruik wanneer er elementen verschijnen als er gescrold word of een knop reageert als je in de buurt komt. Het is niet per se functioneel, maar de gebruiker vind het ook heel leuk als de muispointer een effect krijgt of achtervolgd word door iets. Ook wanneer de achtergrond beweegt en er confetti of animaties verschijnen. <https://wickret.cuberto.com/>

Sexy 3D video animaties:

Gebruikers kunnen er de hele dag naar kijken. 3D video animaties met vloeiende organische vormen die een kalmerend effect geven. <https://dice.berlin/> is hier een mooi voorbeeld van.



Groot editorial:

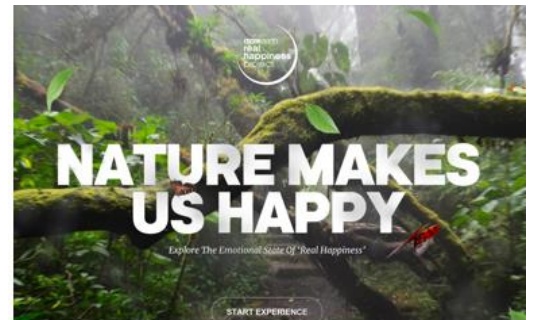
Design met een groots gebaar word steeds populairder: enorme foto's, vrolijke uitlijning en gigantische kopteksten in creatieve fonts. Een website met animaties die zoeft, glijdt en bubbelt. Zelfs de tekst doet mee door kinetische typografie: woorden die springen, rondvliegen en bewegen.



Optimistisch design:

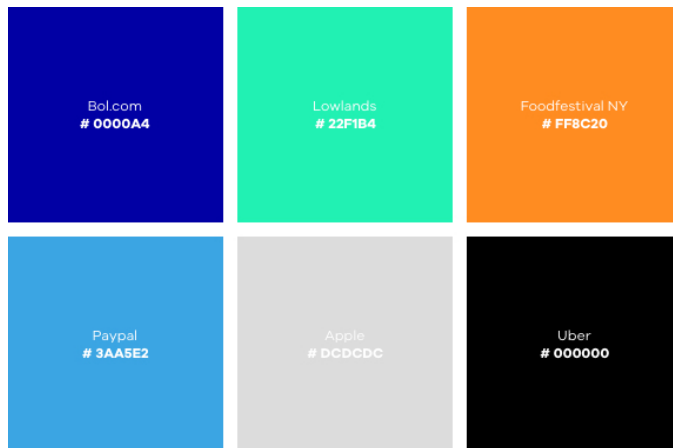
Idealisme is hip. Bedrijven doelen steeds meer op de positieve, duurzame plannen voor het komende decennium. Mensen voelen zich fijn als een website een goede boodschap overbrengt zoals duurzaamheid of anti klimaatverandering.

<https://www.carlsberg.com/en/> brengt deze boodschap duidelijk naar voren.



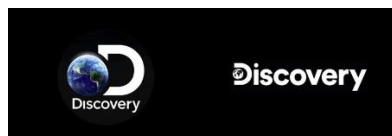
Kleurenallet:

Grote kleurmerken doe onderzoek naar kleurgebruik in design. Dit is was een paar van de grootste kleurmerken zeggen. Pantone kies voor 2020 een zeethema. PPG zegt dat porselein blauw de kleur van 2020 word met een beetje cobalt en moody inkt zoals het traditionele chinese porselein. Flexa zegt dat de natuur de nieuwe bron van inspiratie word: zeeblauw, bosgroen en zandwit met accentjes koraalrood. Online vind je vaak dezelfde kleurenpallets: blauwgroen met koraalkleuren en kleuren die doen denken aan zee, bos, zand en oranje-rood.



Flat logo's:

Je zou dit niet meteen verwachten omdat alle designs groot en broot worden en meteen opvallen. In tegenstelling tot dit word logo design vereenvoudigt en gaan van 3D naar 2D. Meer met minder.



Light-apps:

De nieuwe technische mogelijkheden zorgen ervoor dat het maken van apps budgetvriendelijker en makkelijker word. Met gewone webtech kun je apps maken die functionaliteiten zoals: camera, microfoon, locatiebepaling, chats en videobellen heeft. Deze zogenaamde progressive web apps (PWA's) zien er uit en gedragen zich als apps. Dat alles buiten de App Store en Google Play om. Deze trend is al een tijd populair en word steeds populairder.

Social media trends

TikTok:

TikTok groeit enorm snel, ook in Nederland. Het videonetwerk is uitgegroeid tot een enorm platform waar zelfs Zuckerberg van op kijkt. TikTok is al sinds 2016 een grote hit in China en stond vooral bekend om zijn korte video's met muziek en duetten van gebruikers. Momenteel wordt TikTok gebruikt voor enorm veel verschillende content en dus door een enorm groot publiek.

Story-formats:

De gebruiker is dol op stories, ook de netwerken zelf zetten stories veel vaker centraal in de gebruikerservaring. Steeds meer platformen krijgen ook deze story functie. Influencers maar ook bedrijven maken steeds vaker gebruik van deze stories.

Spontane foto's:

Waar we eerst zagen dat foto's vooral geregisseerd werden door compositie, belichting en kleurgebruik gaan we nu naar meer spontaan geschoten beelden. De inspiratie komt van de old school polaroid foto's die enorm populair zijn geworden. Er wordt geen perfect plaatje meer nagestreefd maar juist een vrij simpel beeld.

Privé is het nieuwe standaard:

Er zijn veel voortekenen dat de standaard privé instellingen van open naar privé gaan. In Amerika geeft al ruim 50 procent van de gebruikers aan dat ze hun instellingen op privé hebben staan. Zuckerberg gaf ook al aan dat Facebook in de toekomst veel meer gesloten en privé zal worden. Dit komt ook door de recente schandalen van Facebook op het gebied van privacy.

Grote influencers in het nauw:

De geloofwaardigheid van grote influencers staat al een tijdje onder druk. Rambam deed onderzoek naar hoe ver influencers woude gaan voor geld en dit was heel ver. Zo promoten ze pindakaas als beautyproduct, als het maar betaald. Ook is de betrokkenheid van het publiek vaak minder groot als bij kleinere influencers. Kleinere influencers worden dus steeds populairder voor het promoten van producten omdat de fans en dus de doelgroep een betere connectie heeft. Ook is de prijs van kleinere influencers stukken lager.

AR in social media:

AR is al lang een trend en zal dat ook wel even blijven. AR blijft zich ontwikkelen, alleen is de toepassing ervan niet altijd vlekkeloos. Toch heeft Instagram een nieuwe oplossing gevonden voor het online shoppen. Je kunt door middel van AR shoppen de artikelen passen. Zo kun je een uitgekozen bril op je eigen hoofd weergeven. Dit en andere toepassingen van AR worden steeds meer mainstream.



Conclusie:

Uit ons andere onderzoek blijkt dat de doelgroep deels de jongere generatie is. TikTok wordt steeds populairder onder jongeren dus kunnen we onze artiest ook promoten via TikTok. Voor de website kunnen we de trends volgen voor zover onze artiest deze ook fijn vindt. We weten dat Milo van dark moody houdt, bijvoorbeeld een bos. Dit komt overeen met de natuur trends in webdesign. (Pauw, 2020)