

ФОРМАТЫ КОВОРКИНГОВ СЕГОДНЯ

КОВОРКИНГ

СЕРВИСНЫЙ ОФИС

BUILT-TO-SUIT

ГИБРИДНЫЙ ФОРМАТ

POP-UP КОВОРКИНГ

WORKSPACES

КТО ЦА КОВОРКИНГОВ БУДУЩЕГО

Согласно последним исследованиям Coworking Space Global Market Report 2021-2022 тренды развития гибких офисных пространств будут определять поколение Z зумеров. Сейчас им от 12-27 лет.

- Предпочитают digital-профессии и удаленную работу
- Предпочитают взаимодействие через гаджет
- Привыкло к “онлайн-курированию” и ожидает от бренда персонализированного взаимодействия: коворкинг должен сам присылать дайджест мероприятий, напоминать о платежах, учитывать личные пользовательские характеристики
- Не привязаны к одной локации, скорее предпочтут выбор



КТО ЦА КОВОРКИНГОВ БУДУЩЕГО

- Подвержено стрессу и эмоциональному - важно, чтоб в инфраструктуре коворкинга были предусмотрены зоны отдыха, тренажерные залы, эргономичная мебель.
- Для них имеет значение не только качество продукта, но и ценности компании – они выбирают бренды, с которыми хотят ассоциировать себя.
- При выборе продукта или услуги ориентируются на отзывы и рекомендации друзей.
- Активно участвуют в комьюнити, программах лояльности, партнерских программах, позитивно реагируют на обучение и поощрения.



ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ КОВОРКИНГОВ ДО 2030 ГОДА

- Автоматизация работы пространств и внедрение новых технологий
- Развитие сетей коворкинг-операторов с увеличением количества локаций, объединения (партнерства) операторов, маркетплейсы коворкингов
- Уникальный дизайн, развитие инфраструктурных объектов, новые мебельные решения
- Комьюнити, социум, сообщество. Нетворкинг, обучение, совместный отдых.
- Новые дополнительные сервисы B2C, B2B
- Мультиформатные и гибридные проекты. Партнерские программы. Коворкинг как часть крупной экосистемы.
- Коворкинги-социально ответственные бренды: зеленые технологии, спонсорство и благотворительность, ответственность за качество своих услуг



СПАСИБО!

**ТАТЬЯНА ШАРАЕВА
ПРЕЗИДЕНТ НАОК**