

SPIS TREŚCI

O autorze	11
Podziękowania	13
WSTĘP. Od intuicji do wiedzy	15
1. NIEROZWIĄZANA ZAGADKA. Badanie procesów rządzących trendami	19
Ewolucja terminu	23
Zmiany w stylach i gustach	27
Megatrendy	42
Potrzeba stylu	44
Rozpoznawanie trendu	45
Wskazówki, jak rozpoznać trend	49
2. OBSADA. Twórcy i trendsetterzy	51
Młodzi ludzie	57
Projektanci	63
Artyści	66
Ludzie majątni	69
Homoseksualni mężczyźni	71
Sławy (celebryci)	76

Inne subkultury o dużej świadomości stylu	78
Cyrkulacja, obserwacja, naśladownictwo	81
Wskazówki, jak rozpoznać trend.	87
3. MOTYW. Psychologia w akcji.	89
Sześć postaw wobec trendów	95
Psychologia grupy	101
Odrobinę różnorodności proszę	105
Pomiary	107
Trendsetterzy na całe życie?	109
Wskazówki, jak rozpoznać trend.	113
4. MIEJSCE AKCJI. Gdzie rodzą się światowe trendy	115
Los Angeles	117
San Francisco	121
Nowy Jork	125
Paryż	130
Londyn	134
Mediolan	137
Tokio	139
Modne dzielnice	143
Od „lokalnie” do „globalnie”	146
Via Nowy Jork	150
Via Mediolan	154
Via Los Angeles	157
Wskazówki, jak rozpoznać trend.	159
5. SPLĄTANE WĄTKI. Analiza rzeczywistych trendów	161
Dziny	164
Łyzworolki	175
Motocykle	180
iPod firmy Apple	185
Być czy nie być obserwowanym	190
Wskazówki, jak rozpoznać trend.	193

6. ZBLIŻA SIĘ PUNKT KULMINACYJNY. Określenie ostatecznych przesłanek	195
Ci, którzy kupują: konsumenci trendów	200
Tempo procesu rozwoju trendu	204
Modny mainstream?	207
Kapanie i kipienie	210
Więcej niż jedna formuła zmian	213
Liderzy opinii	218
Wskazówki, jak rozpoznać trend	221
7. LEKKIE ROZCZAROWANIE. Wskazówki dla biznesu	223
Jak często powinien pojawiać się nowy styl?	234
Branża kształtująca trendy	239
Intuicja czy analiza?	243
Wskazówki, jak rozpoznać trend	247
EPILOG. Przyszłość trendów	249
Indeks	261