

Oktober 2012 Trend Briefing:

# SERVILE BRANDS

Waarom dienstbare merken de toekomst hebben



[trendwatching.com/nl/trends/servilebrands](http://trendwatching.com/nl/trends/servilebrands)



## Definitie:

Ja, consumenten zijn bijzonder veeleisend, moeten woekeren met hun tijd, zijn uitstekend op de hoogte en hebben meer keus dan ooit. Tot zover niets nieuws. Wat wel nieuw is voor veel merken is dat dit speelveld vereist dat ze extreem dienstbaar of zelfs 'serviel' zullen moeten opereren, willen ze overleven. 'Dienstbaar' gaat veel verder dan alleen maar goede klantenservice\*: het betekent dat een merk zich ontpopt als een bijna slaafse lifestyle-dienaar, volledig gericht op de wensen, behoeften en nukken van haar klanten, waar en wanneer dan ook.

*\* Natuurlijk is uitstekende klantenservice altijd cruciaal: een onderzoek van American Express uit 2011 laat zien dat 70% van de Amerikaanse consumenten bereid is om meer geld uit te geven aan een merk dat goede service biedt, terwijl maar liefst 60% vindt dat merken onvoldoende aandacht geven aan klantenservice.*

## SERVILE is:

**Klanten eerst iets laten uitproberen**

**Klanten helpen alles in de gaten te houden**

**Klanten helpen alles online te vinden**

**Klanten helpen alles realtime te begrijpen**

**Er voor klanten zijn wanneer die je echt nodig hebben (ook al beseffen zelf dat nog niet)**

**Klussen oppakken die de overheid laat liggen**

**Klanten helpen geld te besparen**

**Klanten aan een fijne start van de dag helpen**

**Klanten helpen er het beste van te maken**

**Klanten aanbevelingen doen waar ze echt iets aan hebben**

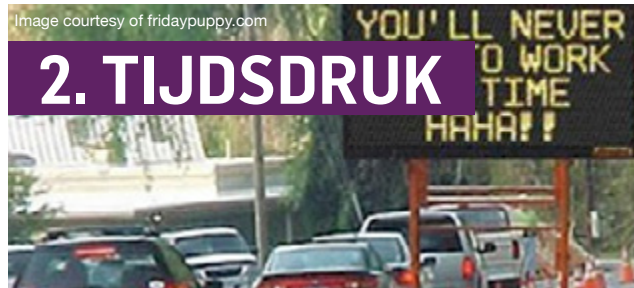
**Zorgen dat voor klanten alles moeiteloos verloopt**

## 1. ON DEMAND



We hebben het al vaak gehad over de explosieve groei van het aantal **CITYSUMERS** (stedelijke consumenten). CITYSUMERS snakken non-stop naar nieuwe en opwindende ervaringen, willen het beste uit het leven in de stad halen. Omdat ze altijd connected zijn, verwachten ze ook dat het beste van de online wereld (vooral 24/7 beschikbaarheid van wat voor soort informatie dan ook) wordt geïntegreerd in hun offline ervaringen. Dit alles vraagt om dienstbare merken die geobsedeerd zijn met faciliteren, begeleiden, regelen, en informeren.

## 2. TIJDSDRUK



Tijd is de nieuwe schaarste: volgens een onderzoek van Datamonitor heeft 44% van alle consumenten in 14 landen wereldwijd moeite hun dagelijkse leven te managen, of genoeg tijd te vinden voor ontspanning.

Een inkopper voor dienstbare merken die het leven veraangename(n), werk uit handen nemen, to-the-point zijn en meer!

## 3. GEEN ONTZAG



Het ontzag dat consumenten vroeger voor merken en bedrijven hadden is praktisch voorbij (Apple even daargelaten):

- Slechts 47% van de consumenten wereldwijd zegt betaalde media (tv-, kranten- en tijdschriftreclames) te vertrouwen. Dat is een daling van 20% sinds 2009.
- 92% van de mondiale consumenten zegt 'earned media' (mond-tot-mondreclame, aanbevelingen van vrienden en familie) meer te vertrouwen dan welke reclame dan ook. Dat is een toename van 18% sinds 2007.
- Online consumentenreviews zijn inmiddels het op één na vertrouwdsste reclamemedium geworden: 70% van de mondiale consumenten vertrouwt zulke recensies, een groei van 15% in vier jaar.

*(Bron: Nielsen, april 2012)*

- Nog maar 29% van alle consumenten in Brazilië, China en India vindt dat het loont om trouw aan een merk te blijven.

*(Bron: COLLQUY en Epsilons Cross-Cultural Loyalty Study, 2011)*

Nu consumenten zich meer en meer tot andere consumenten richten (en hen vertrouwen), hebben merken weinig keus dan NEDERIG te zijn. Mooi moment om nog eens onze Trend Briefing over de **F-FACTOR** te lezen.

# SERVILE is: Klanten eerst iets laten uitproberen

## Hyundai Home Shopping



In mei 2012 heeft Hyundai Home Shopping een nieuwe mobiele app gelanceerd: 'H-Codi'. Het programmaatje, een 'virtuele mode coördinator', werkt met augmented reality-technologie (AR). Hiermee kunnen consumenten de meeste kleding en accessoires virtueel passen of producten uitproberen. De klant richt zijn/haar smartphonecamera bijvoorbeeld op zijn/haar gezicht of lichaam en op het scherm worden dan bijpassende producten getoond zoals oorbellen, kettingen of handtassen. Maar de app werkt ook voor spellen in huis en nog veel meer producten: in totaal 70.000 producten. De AR-foto's kunnen worden opgeslagen en gedeeld met vrienden via Facebook of CacaoTalk, de Koreaanse WhatsApp.

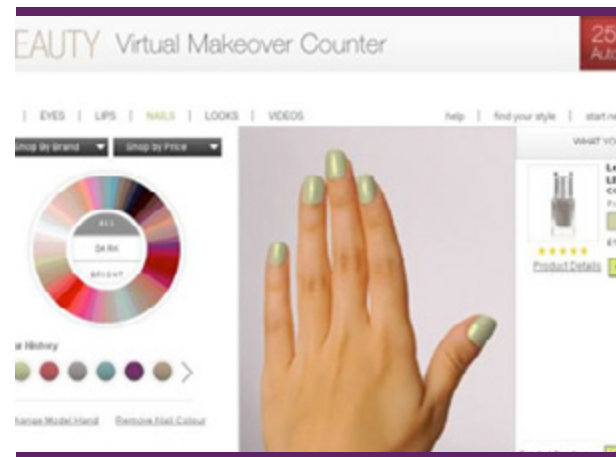
## Rescue Drive van Orca Chevrolet



Om het nieuwste model van de Chevrolet Cobalt te promoten heeft de Braziliaanse dealer Orca Chevrolet begin 2012 de campagne **Rescue Drive** opgezet. Automobilisten die met autopech waren gestrand en moesten worden weggesleept, werden verrast met een Chevrolet Cobalt-leenauto die tegelijk met de sleepwagen aankwam. De pechvogels konden zo direct de Cobalt uitproberen.

# SERVILE is: Klanten eerst iets laten uitproberen

## Virtual Manicure van Marks & Spencer



Marks & Spencer biedt **Virtual Manicure**, een gratis online en in-store service waarmee klanten virtueel verschillende nagellakken kunnen uitproberen. Gebruikers kunnen een foto van hun hand uploaden en dan een kleur nagellak kiezen. Het scherm laat dan zien hoe de hand met de nagellak eruit zou komen te zien.

Deze Trend Briefing is uiteraard niet meer dan het topje van de ijsberg.



Trend database + Monthly Updates + Tips

Onze **Trend Database** (een van de onderdelen van onze Premium Service) geeft je toegang tot **ALLE trend en ontwikkelingen** en meer dan **7000 innovaties** die we dagelijks volgen.

[LEES VERDER & ZIE WAT JE NOG MEER KRIJGT »](#)

# SERVILE is: Klanten helpen alles in de gaten te houden

## Think Blue van Volkswagen China



Begin 2012 heeft **Volkswagen** zijn eerste Chinese app voor 'groen bewustzijn' gelanceerd. De 'Blue Mobility'-app registreert en analyseert realtime het rijgedrag van automobilisten en geeft vervolgens tips en adviezen om het benzineverbruik naar beneden te krijgen.

## Play & Connect van Babolat



In 2013 zal het Franse **Babolat** een tennisracket op de markt brengen met ingebouwde sensoren die realtime-informatie geven over de spelprestaties van de speler. Het racket registreert onder meer de snelheid van de service, de kracht van elke slag en de balomwentelingen. Sensoren in het handvat van het racket detecteren het soort slag en de plek waar de bal het racket heeft geraakt. Zo worden zowel techniek- als spelstatistieken opgeslagen. De gegevens kunnen draadloos naar een computer of smartphone worden verstuurd, en met het bijhorende programma kunnen de tennissers zien hoe ze hun spel kunnen verbeteren, en doelen stellen.

# SERVILE is: Klanten helpen alles in de gaten te houden

## China Survival Guide



De **China Survival Guide** is een gratis iPhone-app dat alle voedsel- en gezondheidsschandalen in China bijhoudt, zodat gebruikers niet zelf allerlei krantenberichten hoeven na te pluizen. In de eerste introductieweek werd de app 200.000 keer gedownload.

***“Gemiddeld denkt slechts 29% van de consumenten in Brazilië, China en India dat het loont om trouw te blijven aan een favoriet merk.”***

# SERVILE is: Klanten helpen alles online te vinden

## Westfield: Shopping mall doorzoeken



Westfield, 's werelds grootste exploitant van winkelcentra, heeft de zoekfunctie van Google Commerce toegevoegd aan zijn **mobiele app**, die in de shopping malls gebruikt kan worden. De app bespaart tijd, want de gebruikers kunnen ermee zoeken naar producten en zien welke winkels die verkopen, en natuurlijk welke winkels het goedkoopst zijn. Met de app kunnen gebruikers ook direct de winkel bellen en horen of het gewenste product ook echt op voorraad is.

## Smart Cart van SK Telecom



In oktober 2011 deed het Koreaanse **SK Telecom** een proef met de zogenaamde Smart Cart in de Emart-winkels in Seoul. Shoppers kunnen via een app producten zoeken en eventueel bijhorende kortingscoupons en vervolgens een boodschappenlijstje samenstellen. Daarna wordt de app gesynchroniseerd met een tablet op een winkelwagentje. Via NFC-technologie checkt de Smart Cart realtime of de gewenste producten ook echt aanwezig zijn en maakt het 'slimme wagentje' ook direct de rekening op. SK Telecom wil de Smart Cart eind 2013 officieel op de markt brengen in Zuid-Korea en China.



# SERVILE is: Klanten helpen alles realtime te begrijpen

## Chinese vertaalapp van Schiphol



In januari 2012 heeft **Schiphol** een Chinese variant van de Schiphol-app gepresenteerd met vluchtinformatie, openbaarvervoergegevens en productaanbiedingen. Met behulp van de camera van de smartphone en herkenningsoftware kan de app bovendien de wegwijzerborden op de luchthaven vertalen in het Chinees.

## Chinese vertaalapp van Harrods



Het Londense warenhuis **Harrods** heeft eveneens een gratis smartphone-app voor Chineestalingen, inclusief een interactieve winkelgids, menukaarten van de diverse restaurants en vermeldingen van evenementen die er plaatsvinden.

# SERVILE is: Er voor klanten zijn wanneer die je echt nodig hebben (ook al beseffen ze zelf dat nog niet)

## IKEA



1 juli is de klassieke verhuisdag in het Canadese Quebec, omdat op die dag veel huurcontracten aflopen. En dus zoekt iedereen rond die tijd naar verhuisdozen en opslagmateriaal. IKEA lanceerde vorig jaar een lokale campagne, waarin het 2.000

kartonnen reclameposters ophing die tot verhuisdoos gevouwen konden worden. Voorbijgangers mochten de dozen van de muur halen en gratis meenemen. Bovendien konden zij ook kortingen op nieuwe meubels krijgen.

# SERVILE is: Klussen oppakken die de overheid laat liggen

## Verkeersregelaars van OUTsurance



De Zuid-Afrikaanse verzekeraar **OUTsurance** zet verkeersregelaars in op drukke kruispunten in Johannesburg, Kaapstad en Tshwane.

## De gatenbrigade van Dial Direct



Een andere verzekeringsmaatschappij uit Zuid-Afrika, Direct Dial, zette vorig jaar een gezogenaamde **Pothole Brigade** op. Het 'gatenteam' rukte uit zodra er een melding van een weggebruiker binnenkwam dat er iets mis was met een straat. Het team heeft meer dan 50.000 reparaties aan de wegen in en rond Johannesburg uitgevoerd, maar helaas is het initiatief gecancelled door...de overheid.

# SERVILE is: Klussen oppakken die de overheid laat liggen

## Daktari 1525 van Safaricom



In het laatste kwartaal van 2011 heeft de Keniaanse telecomprovider Safaricom samen met Call-a-Doc (een specialist in mobiele gezondheidszorg) het programma **Daktari - 1525** gelanceerd. Gebruikers kunnen 1525 bellen voor medisch advies van gekwalificeerde hulpverleners. De kosten zijn slechts 2 cent per minuut. Er worden geen recepten voor geschreven of diagnoses gesteld, het gaat vooral om medisch advies. Waar nodig, wordt wel doorverwezen naar lokale medische centra. Alle telefoontjes zijn vertrouwelijk.

Was deze Trend Briefing iets voor jou en wil je eigenlijk meer te weten komen?



Trend Report 2013 (verschijnt in november 2012)

Ons **2013 Trend Report** (slechts één onderdeel van onze Premium Service) geeft inzicht in de belangrijkste **consumententrends die je niet mag missen komend jaar**. Onderverdeeld naar de grootste thema's en met meer dan 40 trends, behandelt het rapport iedere cruciale ontwikkeling in de (zeer roeringe!) consumentenarena.

[LEES VERDER & ZIE WAT JE NOG MEER KRIJGT»](#)

# SERVILE is: Klanten helpen geld te besparen

## 22seven



In januari 2012 is in Zuid-Afrika een nieuw platform voor financiële dienstverlening van start gegaan, **22seven**. Gebruikers kunnen zien waar zij hun geld in het algemeen aan uitgeven en waar zij te veel geld aan spenderen, en krijgen vervolgens tips en strategieën voorgelegd hoe zij hun uitgaven kunnen terugdringen. Om 22seven te gebruiken moeten leden wel hun volledige details van hun bankrekening, inclusief wachtwoord, opgeven.

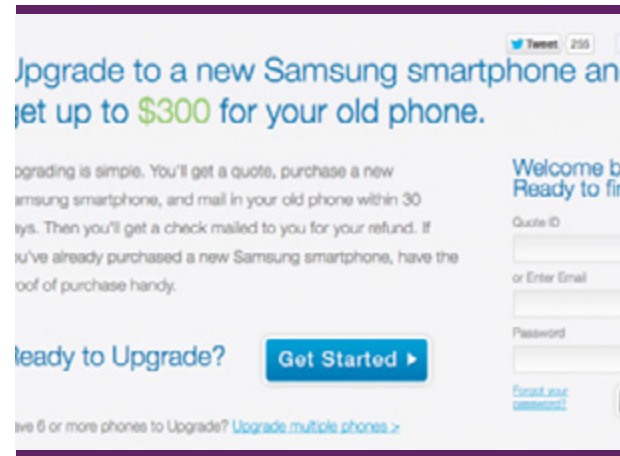
## Billshrink / Orange



**BillShrink** is een Amerikaanse dienst die de telefoonrekening van gebruikers analyseert (uiteraard na uitdrukkelijke toestemming). Het belgedrag wordt gekoppeld aan ruim 10 miljoen abonnementsopties om zo het meest voordelige eruit te kiezen. De Britse telecomaandier **Orange** biedt haar klanten een halfjaarlijkse check om te zien of zij nog wel het gunstigste belabonnement hebben, gebaseerd op hun bel-, sms- en iinternetverbruik.

# SERVILE is: Klanten helpen geld te besparen

## Upgradeprogramma van Samsung



De campagne **Samsung Upgrade** wil Amerikaanse consumenten ertoe aanzetten hun oude smartphones in te ruilen voor een Galaxy-toestel. Als zij een Galaxy S2, S3 of Note kopen, kunnen zij op de Facebookpagina van Samsung zien wat zij terug kunnen krijgen voor hun oude telefoon. Als zij het toestel daadwerkelijk naar Samsung opsturen, krijgen zij een cheque van maximaal 300 dollar terug.

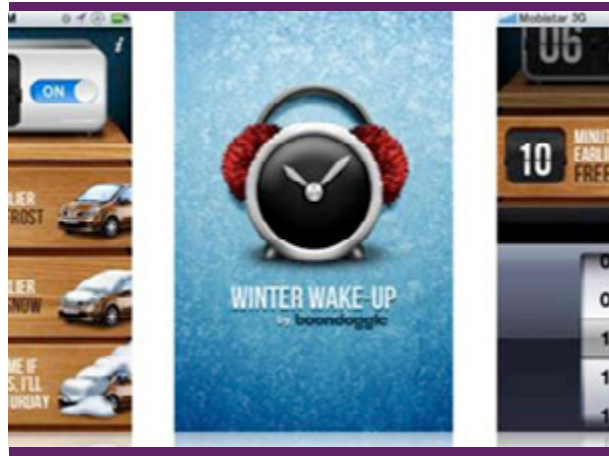
## BankAmeriDeals van Bank of America



Bank of America doet zijn klanten via het **BankAmeriDeals**-programma aanbiedingen bij winkels die zij graag bezoeken. Als zij hun rekening online of via de mobiele app checken, krijgen zij 'cashback'-aanbiedingen voor winkels waar zij eerder spullen hebben gekocht. De tegoedbonnen kunnen dan bij een volgend bezoek aan zo'n winkel worden verzilverd.

# SERVILE is: Klanten aan een fijne start van de dag helpen

## Winterwekker van Boondoggle



De **Winter Wake-Up** app is eigenlijk een standaard wekker, maar met een extraatje. Hij checkt de online weersverwachtingen en als er slecht weer zoals ijzel of sneeuw op komst is, gaat het alarm eerder af. En als het weer zo bar en boos is dat niemand naar z'n werk kan, kan de wekker zichzelf ook helemaal uitschakelen, zodat gebruikers zich nog eens rustig kunnen omdraaien.

## Wake Up van Uniqlo



Enigszins vergelijkbaar is de **Uniqlo Wake Up**, een gratis app die de slaper wekt met muziek die bij het weer past. Een vriendelijke stem zegt hoe laat het is, welke dag het is en hoe het weer er buiten uitziet.

# SERVILE is: Klanten helpen er het beste van te maken

## autoLYZER van autoTRADER



**autoLYZER**, een Facebook app van de Canadese occasionsite autoTRADER, kan op basis van de gebruikersprofielen (inclusief foto's, sociale activiteiten, comments en interesses) drie geselecteerde te koop aangeboden auto's laten zien. De geselecteerde auto's zouden het best bij de persoonlijkheid en levensstijl van de gebruiker passen.

## DuniaFitnes



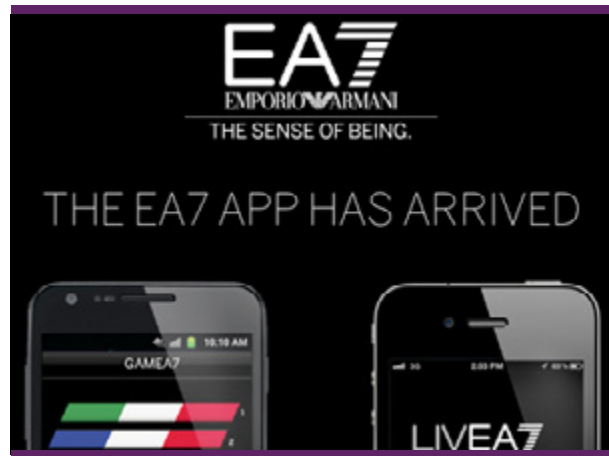
Het Indonesische fitness- en gezondheidsplatform **DuniaFitnes** heeft een smartphone-app gelanceerd die trainingen op maat aanbiedt, tezamen met informatie over voeding en gezondheid, voedingswaardetabellen en fitnessinstructievideo's. De gratis app is ook gekoppeld aan een webwinkel met fitness- en welzijnsproducten.



# SERVILE is: Klanten helpen er het beste van te maken

---

## Emporio Armani van EA7



Emporio Armani heeft een mobiele app ontworpen voor haar sportcollectie **EA7**. De app is gratis en geeft lifestyle- en fitnesstips. De interactieve content en games leggen een link naar de kledingcollectie.

***“Van de huidige consumenten zegt 44% moeite te hebben met het managen van de dagelijkse taken en maar weinig tijd voor ontspanning te kunnen vinden.”***

# SERVILE is: Klanten aanbevelingen doen waar ze echt iets aan hebben

## Ticketmaster



Het Amerikaanse **Ticketmaster** biedt een Facebook-app, waarbij gebruikers concertagenda's kunnen browsen, en zien naar welke concerten hun vrienden gaan. Ook zijn er reviews van eerdere concerten en wensenlijstjes voor aankomende evenementen. Ook is er natuurlijk de mogelijkheid om direct kaartjes te kopen. De optie 'recommended events' maakt gebruik van de gegevens van Spotify: welke postings heeft iemand gedaan, welke muziek heeft iemand gedeeld etc. Op basis daarvan stelt de app een lijstje met interessante concerten samen.

## Hellmann's & St. Marche



In mei 2012 introduceerde voedingsmiddelenmerk **Hellmann's** een persoonlijke receptenapp. Die geeft persoonlijke recepten aan klanten van de Braziliaanse supermarktketen St. Marche. Als een klant bijvoorbeeld een pot mayonaise van Hellmann koopt, krijgt hij een recept dat is gebaseerd op de mayonaise en de overige gekochte etenswaren.

# SERVILE is: Zorgen dat voor klanten alles moeiteloos verloopt

---

## KeyFree van Ford



Om haar nieuwe **KeyFree**-technologie (waarmee automobilisten hun auto met NFC kunnen openen of sluiten) voor het voetlicht te brengen heeft Ford een app gelanceerd die automatisch de digitale accounts van de gebruiker kan oproepen en openen, zonder wachtwoord in te typen. De gebruiker geeft vooraf 1 keer zijn/haar accounts en wachtwoorden op. Met de app kan de gebruiker dan voortaan bij elke computer of ieder toestel (uiteraard met online verbinding) zonder moeite zijn/haar accounts openen.

## Vodafone & Richard Nicoll



Modeontwerper **Richard Nicoll** en het Britse Vodafone UK hebben een handtas gemaakt die onderweg een mobiele telefoon kan opladen. De tas zelf wordt geladen met een kabel die als een magneet aan de buitenkant van de tas kan worden geklikt. De opgeladen tas heeft genoeg power om een mobieltje twee dagen aan de gang te houden.

# SERVILE is: Zorgen dat voor klanten alles moeiteloos verloopt

## Toyota & Nintendo



**Toyota** heeft een kaart geïntroduceerd waarmee de ingebouwde Smart Navi GPS-navigatie bestuurd kan worden met een Nintendo DS of via Bluetooth. De 'Kuruma de DS' (prijs: USD 92) gaat in de Nintendo-console en vervolgens kan de bestuurder of een passagier vooraf ingestelde routes laden of de navigatie instellen.

## Virgin America & Rock the Vote



Amerikaanse passagiers van **Virgin America** kunnen zich in de lucht registreren voor de aankomende Amerikaanse presidentsverkiezingen. Alles via de in-flight entertainment. De luchtvaartmaatschappij werkt hiervoor samen met de non-profitorganisatie **Rock the Vote**.

# SERVILE is: Zorgen dat voor klanten alles moeiteloos verloopt

## Vaderschapstest van Health Street



Het in medische tests gespecialiseerde bedrijf Health Street biedt in de straten van New York DNA-vaderschapstesten aan onder de naam **Who's Your Daddy?**. Voor USD 299 kunnen mensen in de Health Street-bus DNA-materiaal laten analyseren. De uitslag is er na een paar dagen.

## 'Smart drop' van Evian



Op de website **Evian Chez Vous** kunnen inwoners van Parijs waterflessen bestellen voor thuis of op kantoor. Ook andere merken van de Danone-groep, zoals Badoit en Volvic, zijn beschikbaar. In 2013 komt Evian ook met de Smart Drop, een koelkastmagneetje met een wifi-verbinding. Een simpele druk op de knop is genoeg om water te bestellen.

# SERVILE is: Zorgen dat voor klanten alles moeiteloos verloopt

## Koelkastmagneet van Red Tomato Pizza



Nog een serviel ijskastidee: Via de 'VIP Fridge Magnet' van **Red Tomato Pizza** in Dubai kunnen klanten hun favoriete pizza bestellen met een druk op de knop. Vaste klanten krijgen de gratis magneetjes toegestuurd: de magneetjes maken via Bluetooth en smartphone online contact om de bestelling door te geven. De pizza wordt vervolgens bezorgd op het adres dat in de administratie van Red Tomato staat.

## Turkcell Mobile Order



En ook in Turkije is 'one button' innovatie populair: telecombedrijf Turkcell heeft plannen met een koelkastmagneet, maar die werkt dan met NFC-technologie. Klanten kunnen een **Turkcell MaxiPlus5**-aanschaffen en die in de buurt houden van de magneet (gratis geleverd bij de telefoon) om Mobile Order te openen, een shopping-app. Burger King, Migros en energieleverancier Avgaz hebben al gezegd mee te doen met de app. Bestaande klanten kunnen voor TRY 5 (EUR 2,15) per maand 'upgraden' om het nieuwe toestel te ontvangen.

# SERVILE is: Zorgen dat voor klanten alles moeiteloos verloopt

## Ushuaïa Ibiza Beach Hotel & PayTouch



Vakantieresort **Ushuaïa Ibiza Beach Hotel** werkt samen met **PayTouch** (een specialist in biometrische betalingen) aan een systeem waarmee gasten met een vingerafdruk kunnen betalen. De gasten geven bij aankomst hun vingerafdruk af en vervolgens kunnen zij op alle plekken in het resort met hun vingerafdruk 'afrekenen'. Zo hoeven zij niet steeds een portemonnee of kaart met zich mee te nemen.

Deze Trend Briefing is uiteraard niet meer dan het topje van de ijsberg.



### Industry Trend Reports

Als Premium-lid ontvang je directe toegang tot de 15 Industry Reports in de vorm van interactieve pdf's, en PowerPoints – van Food & Beverage tot Financiële dienstverlening.

[LEES VERDER & ZIE WAT JE NOG MEER KRIJGT»](#)

# SERVILE is: Making things more seamless for customers

## Vorraadkast van GS25



De **My Refrigerator**-service van de Zuid-Koreaanse warenhuisketen GS25 maakt '2 voor de prijs van 1' aanbiedingen nog aantrekkelijker: omdat klanten die extra producten soms niet kunnen meenemen of er thuis geen ruimte meer voor hebben, kunnen ze die in een persoonlijke 'virtuele' koelkast bewaren, en ze later ophalen, of ze weggeven aan een vriend(in).

## Virtuele winkel van Tesco



De Britse supermarkt **Tesco** heeft op luchthaven Gatwick een virtuele winkel geopend. Vertrekkende reizigers kunnen met hun smartphone producten selecteren op een digitale display, en de bestelde spullen zullen dan vlak na terugkomst worden afgeleverd.




# EN NU VERDER

Natuurlijk, niet ALLE merken zullen zich 100% serviel moeten gaan opstellen: met name luxemerken of de Apples van deze wereld kunnen zich nog wel een tijdje als DOMINANT MERK blijven gedragen.

Maar als je geen Gucci of Apple bent, waar dan te beginnen? Bedenk allereerst dat dienstbare merken **zichzelf altijd op de tweede plaats zetten** ("We weten wat jij wilt, dus hebben het allang voor je geregeld."). Voor de meeste merken en bedrijven betekent dat een compleet andere manier van denken.

**Marketeers** moeten ook bedenken dat **DIENSTBARE MERKEN** doen aan 'marketing die geen marketing is'. Dat betekent dat zelfs branding en adverteren in het teken staan van oplossingen bieden. Sterker nog, er liggen echt enorme kansen voor DIENSTBARE MERKEN die hun klanten een complete lifestyle-oplossing aan kunnen reiken.

Pak bovenstaande voorbeelden erbij, kijk nog eens naar onze Trend Briefing over **BRAND BUTLERS**, en ga brainstormen over nieuwe concepten, diensten en producten, die in alle opzichten dienstbaarheid ademen. Succes verzekerd!

Intussen werken wij (onder andere) hard aan onze volgende gratis Trend Briefing (hoe dienstbaar ;-), die begin november online staat. Je hebt je toch al **welaangemeld** ? 



# EN VERDER

Als je meer wilt dan deze Trend Briefing...

Klik hieronder om bovenop de belangrijkste trends, inzichten en innovaties te zitten:



## MELD JE AAN

Ontvang onze maandelijkse gratis Trend Briefings per mail.



## DELEN

Deel deze Trend Briefing met je team, klanten of vrienden.



## PREVIOUS TREND BRIEFINGS

Lees al onze eerdere gratis Trend Briefings. In het Nederlands vanaf 2011, en in het Engels zelfs sinds 2002!



## TIPS

Wil je zelf nieuwe trends en ontwikkelingen spotten en toepassen? Klik hier voor onze tips.



## TREND SEMINARS

Geen tijd? Ga dan naar een van onze exclusieve Trend Seminars om alle belangrijkste trends in een keer gepresenteerd te krijgen in slechts een halve dag. In 13 steden van augustus tot oktober 2012!



## PREMIUM SERVICE

Wil je toegang tot alle top consumententrends en -innovaties? Dan is onze Premium Service iets voor jou.

Als je opmerkingen, suggesties of vragen hebt, laat het ons weten. Stuur een mail naar:

**ANDREA THORN**

Head of Client Services

[andrea@trendwatching.com](mailto:andrea@trendwatching.com)

## OVER ONS

trendwatching.com, opgericht in 2002, is een toonaangevend trendbedrijf dat de hele wereld scant op de belangrijkste en meest beloftevolle consumententrends, inzichten en praktische businessideeën. Onze Premium Service heeft 's

werelds meest vooraanstaande bedrijven en merken als klant, terwijl onze maandelijkse gratis Trend Briefings naar meer dan 160.000 abonnees in 180 landen worden verstuurd.

Lees meer op [www.trendwatching.com](http://www.trendwatching.com)

