

Trends Toepassen

in  stappen van trend naar uitwerking

Caroline van Beekhoff

Amsterdam 2019

tekst en vormgeving: Caroline van Beekhoff

© 2019

NUR 801

ISBN: 978-94-6345-534-3

www.c-marketingstrategie.nl

Voor deze uitgave geldt de Creative Commons Naamsvermelding 3.0 Nederland Licentie. Je mag hierbij het werk gedeeltelijk kopiëren, hergebruiken of verspreiden, mits je de bron (auteur en naam van de publicatie) vermeldt. Wanneer je de vermelding aan de auteur doorgeeft wordt dit zeer gewaardeerd. (www.creativecommons.org)

Inhoud

Voorwoord	9
1. Bewust bewegen	13
2. Van willen naar doen	15
Toekomstfitness	15
Gebalanceerd bewegen	18
Gericht op weg	18
Na willen komt doen	19
Kwestie van definities	22
3. Het TrendToepasmodel: het model uitgelegd	25
Alles begint met de juiste vraag. Stap 1: richten	29
Mooi. Eindelijk de trends. Stap 2: onderzoeken	36
Wie mag naar de volgende ronde? Stap 3: beslissen	40
Handen en voeten geven. Stap 4: uitwerken	45
Feestvreugde en koerscheck. Stap 5: reflecteren	47
4. Het TrendToepasmodel: het model uitgewerkt	51
Categorie Communicatie	52
Richten	52
Onderzoeken	53
Beslissen	57
Uitwerken	60
Reflecteren	62
Categorie Innovatie	65
Richten	65
Onderzoeken	67
Beslissen	72
Uitwerken	76
Reflecteren	81

Inhoud

Categorie Strategie	85
Richten	86
Onderzoeken	89
Beslissen	95
Uitwerken	99
Reflecteren	108
5. Noodzakelijk Trend Begrip	111
De definitie	111
Trendniveaus	112
Trendfactoren	115
Behoeften en waarden	116
Ontwikkelstadia van een trend	120
Seizoenen van de tijdsgeest	121
Trends verzamelen	122
6. Identiteit in kaart	125
In welk domein is de organisatie actief?	126
Wat zijn de waarden en wortels?	126
Waarin excelleert de organisatie?	127
Wat betekent de organisatie?	129
Bedankt	133
Bronnen	135

Voorwoord

Daar zat ik dan in het trendwalhalla, ergens midden in Parijs. Super. Fantastische beelden, begrippen en materialen toonden de trends. Gelardeerd met echte aarde, abrikozen en wat al niet meer werd de hele regenboog aangeprezen. Bruisend van inspiratie en gevoelens van mogelijkheden kwam ik thuis. Ik was bij dé trendgoeroe van die tijd geweest (halverwege de jaren negentig). Maar wat nu? Het kon eerlijk gezegd alle kanten op en had een hoog abstractieniveau. Hoe vertaalde ik dit alles nu naar mijn werkterrein, dat met de 'new business' van groenten en vruchten te maken had? Daar kreeg ik geen antwoord op. Het vertalen van trend naar praktijk bleek een onontgonnen gebied. Toekomst en trends verkennen stond als metier in de kinderschoenen, het toepassen ervan was nog nauwelijks geboren. Mijn interesse en specialisatie ontsponnen zich: trends en ze toepassen.

Inmiddels is het trendwatchvak geëvolueerd. De wereld ook. Er komen blikken vol trendkijkers van opleidingen af. Alles lijkt meer vaart te hebben. De behoefte om naast inventarisatie en inspiratie ook te interpreteren en implementeren is er echter niet minder om. Integendeel, maar het is daar nog stil. Daarom dit boek. Om het gat te dichten.

Het is geen hogere wiskunde die implementatie. Wel is het zonde als mensen afhaken door vaagheid of veelheid van trends, of als enthousiastelingen struikelen vanwege het overslaan van een aantal essentiële stappen. Hoe fijn is het daarnaast om je eigen bouwende vermogen bewust in te kunnen zetten voor de wereld die jij hebben wilt. Want zo werkt het.

De toekomst moet je niet voorspellen,
maar mogelijk maken

(Antoine de Saint-Exupéry)



Bewust · Bewegen

Bewust bewegen

Trends zijn een populair gespreksonderwerp. Iedereen kan erover meepraten en iedereen doet eraan mee, ook al denk je er niet altijd bewust bij na. De apps die je downloadt, de kleuren van je huis, de vakantie die je boekt, ze staan allemaal onder invloed van trends. Het is onmogelijk om alle verandering te omzeilen, als je dat al zou willen. Bovendien, veel keuzes van vroeger zijn gewoonweg niet langer beschikbaar. V&D bestaat niet meer. Ranja was weg. Nu het opnieuw in de markt is gezet, is het echter niet de Ranja die je misschien als klein kind zo lekker vond. En internetten via Tiscali of World Online is ook al een tijdje niet meer mogelijk. De wereld staat nooit stil en veelal loop je ongemerkt mee.

Wellicht is jouw organisatie ook vooral zonder na te denken meegebogen met de tijdgeest. Het kan natuurlijk ook dat je je enigszins zorgen maakt, dat jouw organisatie misschien achter de tijd aan loopt, nu je er zo over nadenkt. Of dat je wellicht de verkeerde kant uit loopt, of juist van al die windrichtingen niet meer weet welke keuze en wandelroute de beste zijn. Of houdt jouw organisatie bewust de veranderingen bij en nemen jullie doordachte stappen richting de toekomst?

Steeds meer organisaties zien de meerwaarde van het nadenken over, en actief volgen van, maatschappelijke ontwikkelingen. Maar van willen naar doen, daar zit hem de kneep. Wanneer je weet waarom je iets doet en vervolgens weloverwogen stappen zet, dan levert dat vrijwel altijd meerwaarde op. Welkom in dit boek.

