

trends onderzoeken en vertalen



januari 2011

Trendslator

futuring®

het onderzoeken en
vertalen van trends

 **Trendslator**

Trends vertalen.

Trendslator informeert en inspireert bedrijven die willen inspelen op veranderend consumentengedrag. Het onderzoeken en vertalen van trends is een voorwaarde voor succesvolle innovatie en creatie. Trends worden voor u en met u onderzocht en vertaald naar merken en markten, strategieën en concepten.

Speel nu in op de trends van 2011 met het trendboek MOOD 11 >





Ingelogd als
Trendslator



Aanmelden voor de
nieuwsbrief



Informatie en
reacties



Contact



Bestel het nieuwe
trendboek MOOD 11



Nieuw: Trendboek MOOD 11

23 november 2010



Met trots presenteren wij ons nieuwe trendboek MOOD 11 over de stemming in 2011. Met zeven trends voor bedrijven die streven naar maatschappelijke winst. Bekijk nu de preview.

[Meer >](#)

Nieuwe Trendpresentaties

15 november 2010



Nieuwe Trendpresentaties zijn Trends + Trendslations 10 en Trendbronnen 10. Trenddossiers en Trendpresentaties zijn exclusief toegankelijk voor MOOD Members.

[Meer >](#)

TrendRede 2011

2 november 2010



Er is veel twijfel en weinig visie in Nederland anno 2010. Tijd om weer aan de toekomst te denken. Op 9 november 2010 wordt de eerste TrendRede van Nederland uitgesproken.

[Meer >](#)

Word nu MOOD Member

MOOD® is continu onderzoek naar de stemming in de markt, bij de consument en in de maatschappij. Als MOOD Member bent u direct aangesloten op het trendonderzoek van Trendslator. Meer weten over het MOOD Membership?

[Klik hier >](#)



FUTURING

FUTURING PRAKTIJK

FUTURING PROJECTEN

FUTURING FUNNEL

BRAND IN TIME

Futuring

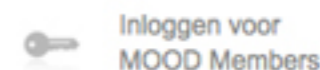
Trendinstrumenten en vertaalmethodes

Trendslator spant zich niet alleen in om trends te onderzoeken maar ook om methoden en instrumenten te ontwikkelen waarmee trends kunnen worden vertaald. Zo ontstaat een nieuw vakgebied, trend management, waarvan Trendslator een pionier is. Trend management is het gestructureerd onderzoeken van trends met als doel om ze te vertalen naar strategieën en concepten. Trendslator maakt dit mogelijk door middel van Futuring®, het onderzoeken en vertalen van trends.



Trendniveaus

Trendonderzoek begint vaak met het verzamelen van allerlei actuele gegevens. Maar al die verzamelde fragmenten verduidelijken in eerste instantie niets. Bij het onderzoeken van trends is inzicht in wat belangrijk is op de korte en wat op de lange termijn onontbeerlijk. Korte termijntrends kunnen worden onderscheiden in product- en markttrends. Een producttrend hangt altijd samen met de populariteit van een bepaald product. De markttrend beweegt zich op markt- of op brancheniveau. Bij consumententrends is de consument de bepalende factor. Het gaat hier niet meer zozeer om producten maar om gedrag, voorkeuren en behoeften. Megatrends als individualisering, vergrijzing of globalisering zijn maatschappelijke ontwikkelingen.



Word nu MOOD Member

MOOD® is continu onderzoek naar de stemming in de markt, bij de consument en in de maatschappij. Als MOOD Member bent u direct aangesloten op het trendonderzoek van Trendslator. Meer weten over het MOOD Membership? [Klik hier >](#)

trends onderzoeken en vertalen



inhoud

futuring

trends onderzoeken en vertalen

domaining

in kaart brengen van de merkenportfolio

brand in time

trends vertalen naar merken

futuring > trends onderzoeken en vertalen



inhoud

futuring • fase 1

trends onderzoeken

futuring • fase 2

trends selecteren

futuring • fase 3

trends vertalen



inhoud

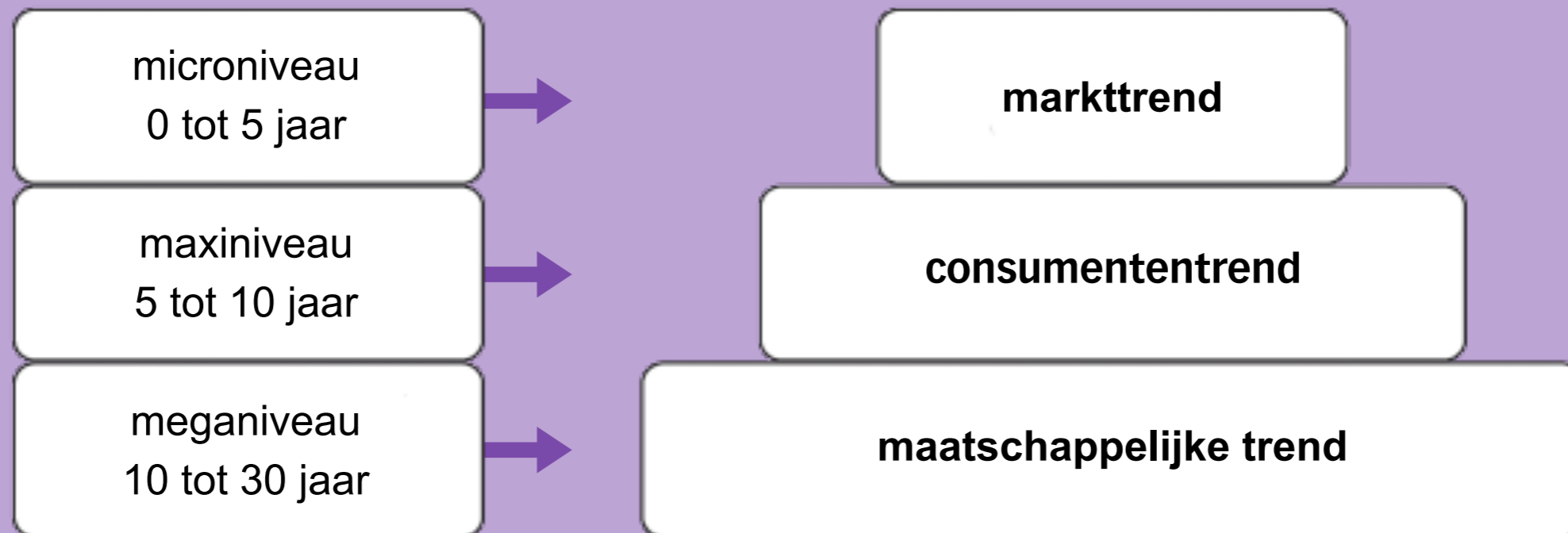
futuring • fase 1

trends onderzoeken

trends onderzoeken > trendniveaus



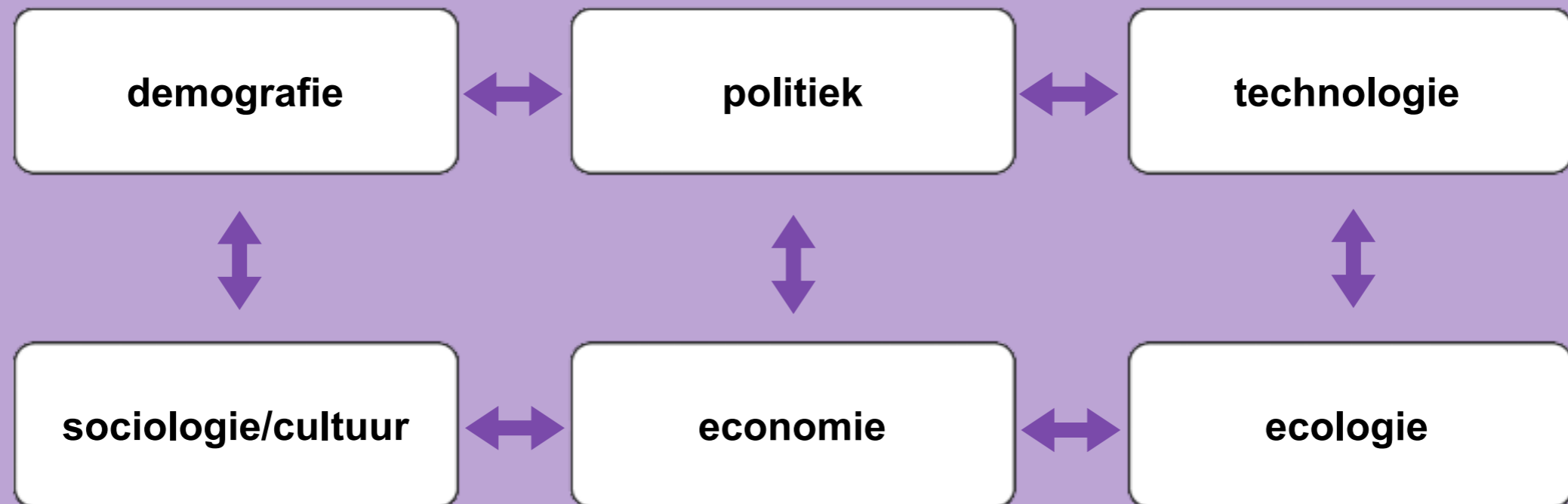
trends onderzoeken > trendpiramide



trends onderzoeken > trendniveaus



trends onderzoeken > trendfactoren





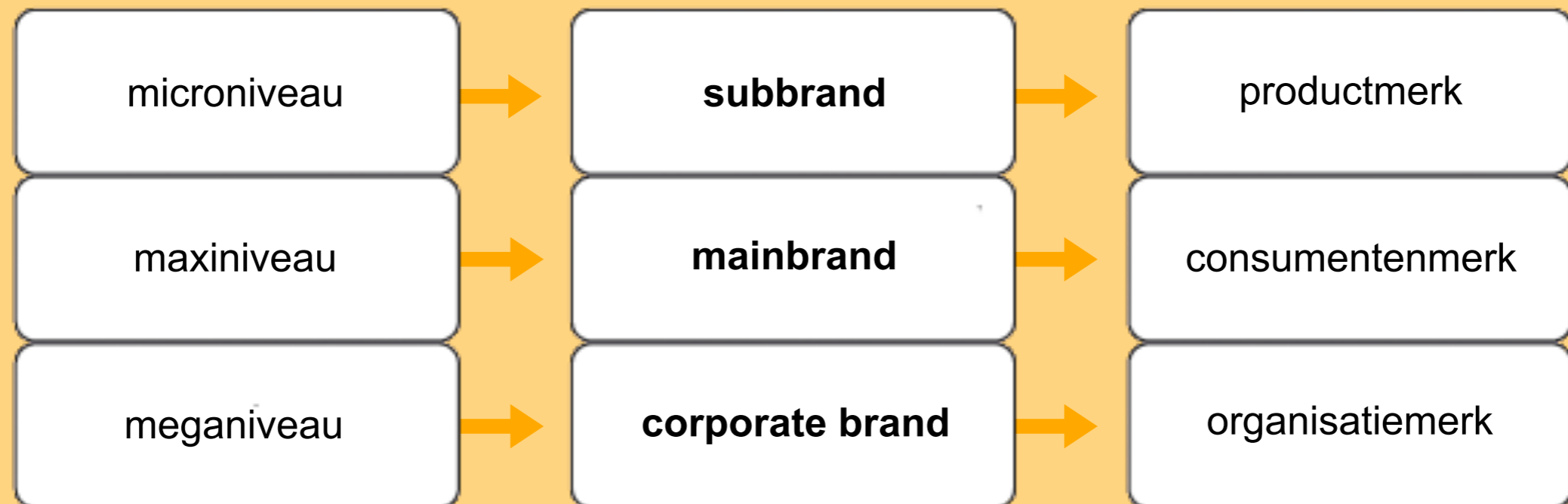
inhoud

futuring • fase 2
trends selecteren

trends selecteren > identiteit



trends selecteren > merkwaarden



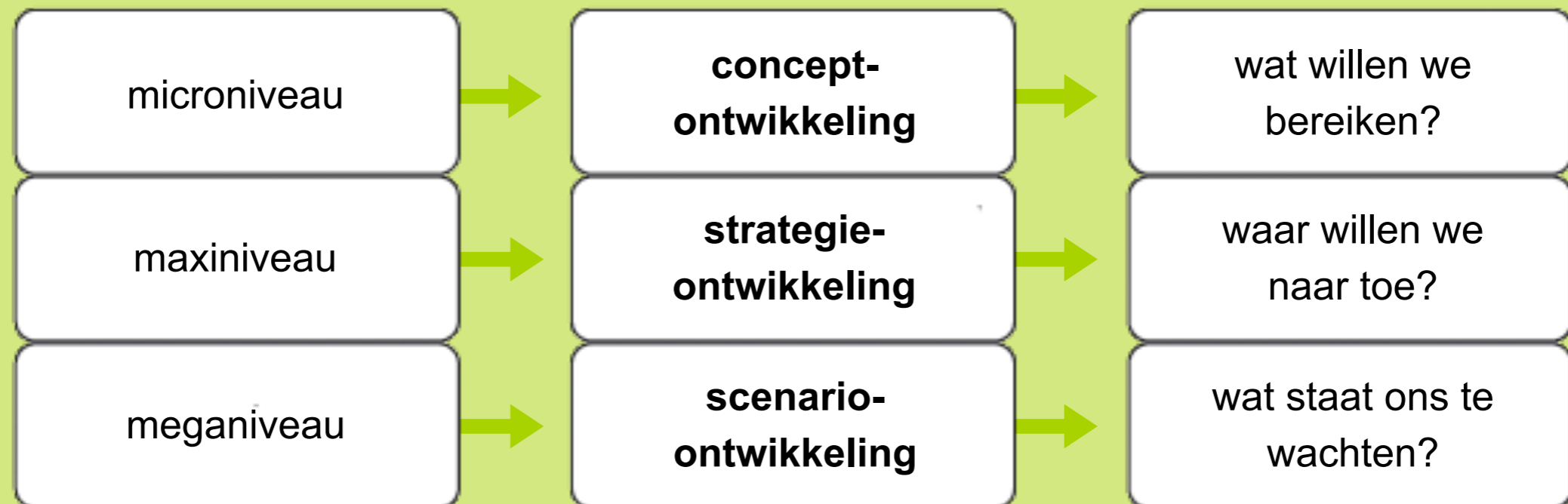


inhoud

futuring • fase 3

trends vertalen

trends vertalen > trendtermijnen



trends vertalen > visietrechter





zien

- niemand kan de toekomst voorspellen

 - maar iedereen kan er een voorstelling van maken en zijn eigen toekomst creëren
-



januari 2011

Trendslator

go create!

www.trendslator.nl

www.trendslog.nl

www.projecthoop.nl

