





## opdracht trends onderzoeken

Trend Polarisering

Opdracht Beschrijf de trend in 3 x 12 steekwoorden

Maatschappelijke trend in 12 steekwoorden

.....

.....

.....

Consumententrend in 12 steekwoorden

.....

.....

.....

Markttrend in 12 steekwoorden

.....

.....

.....

## opdracht trends selecteren

Trends	Identiteit van uw merk, bedrijf of organisatie	Doen of niet doen
maatschappij <b>dematerialisering</b> consument <b>meer tijd voor tevredenheid</b> markt <b>leven in alle eenvoud</b>	+	=
<hr/>		
maatschappij <b>feminisering</b> consument <b>liefde voor het leven</b> markt <b>kleurrijk verhaal</b>	+	=
<hr/>		
maatschappij <b>humanisering</b> consument <b>hoop doet leven</b> markt <b>geld met een moraal</b>	+	=
<hr/>		
maatschappij <b>ecologisering</b> consument <b>ecologische groei</b> markt <b>duurzame ontwikkeling</b>	+	=
<hr/>		
maatschappij <b>polarisering</b> consument <b>angst als raadgever</b> markt <b>tegenstellingen op scherp</b>	+	=
<hr/>		
maatschappij <b>conservering</b> consument <b>verdriet om wat verdwijnt</b> markt <b>vriendelijk voor de gebruiker</b>	+	=
<hr/>		
maatschappij <b>vergrijzing</b> consument <b>voorwaarden voor een gezond leven</b> markt <b>gezond voor mens en dier</b>	+	=
<hr/>		

## opdracht trends vertalen

Visie Polarisering

**Opdracht** Beschrijf de toekomstvisie van uw onderneming in 3 x 3 zinnen

Visie op de maatschappij in 3 zinnen

.....

.....

.....

Visie op de consument in 3 zinnen

.....

.....

.....

Visie op de markt in 3 zinnen

.....

.....

.....

## opdracht trends vertalen

Visie Polarisering

Opdracht Bedenk met welke activiteiten u kunt stoppen of starten op de lange, middellange en korte termijn

stop lange termijn

start lange termijn

.....

.....

.....

.....

.....

.....

stop middellange termijn

start middellange termijn

.....

.....

.....

.....

.....

.....

stop korte termijn

start korte termijn

.....

.....

.....

.....

.....

.....

## Het MOOD Membership bestaat uit:

### MOOD Content

Jaarlijks het Notebook MOOD over het onderzoeken en vertalen van trends naar inzichten en vooruitzichten, nieuwe strategieën en vernieuwende concepten. Daarnaast biedt MOOD ieder jaar zeven online Trenddossiers, Topartikelen, Trendpresentaties en Vertaalmaterialen als hulpmiddelen voor het toekomstbestendig maken en houden van uw bedrijf of organisatie.

### MOOD Call

Jaarlijks negentig minuten bel- of bespreektijd met toekomstcoach Hilde Roothart van Trendslator. Zij biedt u de gelegenheid om samen met haar kansen en mogelijkheden voor uw bedrijf of organisatie te ontdekken en te benutten. Zo wordt u geholpen met het definiëren van een visie op de lange termijn en het concreet maken ervan op de korte termijn.

### MOOD Clinic

Jaarlijks korting op een trainingssessie van een dagdeel onder leiding van toekomstcoach Hilde Roothart. Zij biedt u instrumenten voor het onderzoeken en vertalen van trends en laat zien hoe u de stemming kunt vertalen naar een visie op de toekomst. Samen met uw collega's werkt u aan het benoemen van inzichten en vooruitzichten voor uw onderneming of organisatie.

Er is ook een MOOD Membership voor maximaal 3 gebruikers en een MOOD Membership voor maximaal 10 gebruikers per bedrijf of organisatie. Kijk voor meer informatie op

[www.trendslator.nl/mood](http://www.trendslator.nl/mood)

## colofon

### Trendslator

**‘Niemand kan de toekomst voorspellen. Maar iedereen kan er zich – met een beetje hulp – een voorstelling van maken en zijn eigen toekomst creëren.’**

Trendslator informeert en inspireert bedrijven en organisaties over trends en de toekomst. Het onderzoeken van ontwikkelingen op de korte en de lange termijn en het vertalen ervan naar een visie op de toekomst zijn voorwaarden voor succesvolle innovatie en creatie. Trends worden voor u en met u onderzocht en vertaald naar strategieën en concepten, markten en merken. Doel is het verkennen van kansen en mogelijkheden voor een betere toekomst van uw bedrijf of organisatie.

[www.trendslator.nl](http://www.trendslator.nl)

### Hilde Roothart

**‘Wij zijn wat we maken.’**

Hilde Roothart, de oprichter van Trendslator (sinds 1997), is een pionier op het gebied van het onderzoeken en vertalen van trends. Ze is gefascineerd door trends, de tijdgeest en de toekomst. Onderzoek betekent voor haar niet op zoek naar zekerheden, maar op zoek naar kansen en mogelijkheden. Hilde Roothart was actief als trendonderzoeker en is nu toekomstcoach. Ze paste de door haar ontwikkelde methoden en instrumenten in de praktijk toe voor tientallen grote en kleine bedrijven en organisaties. Met MOOD inspireert en adviseert ze sinds 2007 professionals die hun eigen toekomst en die van hun bedrijf of organisatie willen maken.

[www.linkedin.com/in/hilderoothart](http://www.linkedin.com/in/hilderoothart)

MOOD wordt gemaakt in samenwerking met:

### Studio Lonne Wennekendonk

**‘Een verhaal dat raakt brengt mensen dichter bij elkaar.’**

Lonne Wennekendonk (1974) studeerde in 1997 af aan de afdeling grafisch ontwerpen van de Willem de Kooning Academie in Rotterdam. Studio Lonne Wennekendonk is opgericht in 1997 en bestaat uit een vast team van vijf ontwerpers. Menselijke verhalen vormen hun bron van inspiratie. De studio ontwerpt complete visuele identiteiten, maar ook boeken en affiches, waarbij de ontwerpers de identiteit van de organisatie of het product van de opdrachtgever volop tot uiting brengen. Alle MOOD publicaties, die verschenen vanaf 2007, zijn van de hand van Lonne en haar medewerkers.

[www.studiolonnewennekendonk.nl](http://www.studiolonnewennekendonk.nl)