

Gemak en comfort

Naast een goede prijs/ kwaliteit wil de consument vooral 'gemak'. Hij wil advies. Vaak wil hij bovenop het product een dienst die het hem gemakkelijker maakt. Wat kun je aanbieden om het de klant zo gemakkelijk mogelijk te maken?

Customization

De ik--focus wordt nog belangrijker. De consument wil dingen op zijn maat. Alle mogelijke kleuren, maten, vormen ... Kun je het product of de dienst aanpassen aan de (persoonlijke) wens van de klant?

Vergrijzing

De bevolking in Europa wordt ouder. Ouderen hebben tijd, geld en zijn nog actief. Ze kijken vaak terug naar hoe het vroeger was. Welke producten of diensten zou je hiervoor kunnen aanbieden?

Beleveniseconomie

Consumenten moet fun zijn. Consumenten willen een verhaal, ze willen iets beleven. Zo willen ze bijvoorbeeld niet "iets eten", maar een relaxerende avond doorbrengen. Hoe kan jouw product of dienst voor een beleving zorgen bij jouw klant?

Diversiteit

Er wonen in Vlaanderen heel wat verschillende nationaliteiten. Welke producten of diensten kunnen we aan hen bieden? Kunnen we aan etnomarketing doen?

Respect – ethisch

Bedrijven die hun klanten respecteren zijn meestal ook diegene die ze houden. Bedrijven die ethisch produceren in plaats van goedkoop, daar wordt over gesproken. Wat kun je doen met respect?

Snel versus rust

Klanten willen alles snel, ze willen niet wachten, het moet nu gebeuren. Anderzijds zoeken consumenten naar traagheid, wellness, rust. Hoe kun je hierop inspelen met jouw product of dienst?

Duurzaamheid & milieubewustzijn

Consumenten vinden het milieu belangrijk en willen producten die zo lang mogelijk meegaan. Liefst iets wat geproduceerd wordt met respect voor het milieu. Hoe kun je iets aanbieden dat duurzaam is?

Veiligheid

In tijden van voedselschandalen en rechtszaken tegen producenten, willen consumenten veiligheid. Veilig voedsel, veilig speelgoed, veilige auto's, veilige apparaten. Hoe kun je hierop inspelen? Hoe geef je jouw klant het gevoel van veiligheid?

De prosumer

We doen alles zelf: thuis zelf foto's afprinten of een verloren stukje in 3D printen, zelf onze reis samenstellen, brood bakken, een blog schrijven of website maken ...
Hoe houd je hier rekening mee?

File

In Vlaanderen staan we uren in de file. Het transportsysteem is onbetrouwbaar en kost daarom geld. Welke producten of diensten kun je aanbieden tegen de file? Of misschien leidt de file zelf tot nieuwe producten of diensten?

Hoge energiekosten

De toekomstige energieprijzen voorspellen is moeilijk, maar men weet wel dat we een tijdje met hoge kosten zullen zitten. Kun je met jouw product of dienst daarop inspelen?

Aanpasbaar wonen en werken

Vroeger gingen meubelen je hele leven mee. Nu willen we graag dat meubelen meegroeien met het gezin, willen we vaak van decor veranderen, kamers bij of net niet. Je kan zelfs de sfeer van je huis aanpassen volgens je humeur via licht en kleur. Zo ook bij bedrijven. Kun je hier iets mee doen?

Gezondheid

Gezonde en natuurlijke voeding zijn een antwoord op onder andere het obesitasprobleem. Gezondheid als verkoopargument wordt nog belangrijker in de toekomst. Kun je jouw product of dienst gezond maken?

Flexibele levensstijl

We hebben het druk druk druk. We reizen steeds meer, voor het werk of voor het plezier. We hebben steeds minder een 9 tot 5 job. Naast het werk doen we nog zoveel leuke dingen. Kun jij jouw product of dienst aanpassen aan die drukke mensen die weinig thuis zijn?

Communicatie en technologie

We willen altijd online kunnen en overal toegang toe willen hebben. Zie je hierin mogelijkheden? Of misschien net niet, sommigen willen net eventjes niet bereikbaar zijn.

Kids

Kinderen hebben iets te zeggen in het gezin, ook als het gaat over wat wordt gekocht. Ze hebben vaak al een eigen budget. Worden kinderen jouw klanten?

Track & trace

Consumenten willen weten waar hun producten vandaan komen en of het nog bruikbaar of eetbaar is. Zie je hierin mogelijkheden voor jouw eigen product of dienst?