

101001
01001101101
10TRENDS110
0110111010
001110
10
TRENDS

10 TRENDS

10 vigtige digitale
forbrugertrends
de næste 5 år

101001
01001101101
10TRENDS110
011011010
001110

INDHOLD

									3	TÆNKETANKEN - BAG DE 10 TRENDS
									8	01. TREND: DU ER EN DEL AF KUNDENS KONTEKST
									12	02. TREND: DU ER MEDSKABER AF EN OPLEVELSE
									16	03. TREND: CONVENIENCE FØRER TIL KØB
									20	04. TREND: ID DATA BLIVER HÅRD VALUTA
									24	05. TREND: EN STORM AF NYE BETALINGER
									28	06. TREND: STATUS ER AT VÆRE DEL I HISTORIEN
									32	07. TREND: PROSUMENTER PÅ DIN PLATFORM
									36	08. TREND: ANARCONOMY
									40	09. TREND: SOCIAL INSPIRATION SÆLGER
									44	10. TREND: VALUE FOR MONEY - FØRST OG SIDST
									48	SERVICE PLATFORM KOLOFON

TÆNKETANKEN

- bag de 10 trends



101001
01001101101
10TRENDS110
011011010
001110

Service Platformen nedsatte i starten af 2014 en tænketank. De skulle udvælge 10 vigtige digitale forbrugertrends. Det skulle ikke være 10 nye forbrugertrends, ingen før havde hørt om. Det skulle i stedet være de top 10 trends, som detailbranchen bør kende til, når de tænker strategi i et digitalt marked 5 år frem. Tænketanken bag udvælgelsen af de 10 trends har afholdt en række møder i foråret under værtsskab af Dansk Erhverv.

ESBEN HARDENBERG

Esben er kandidat i digital design, projektleder, tech podcaster og ex-dimseminister i Innovation Labs teknologi showroom Demolab.

Til daglig er Esben projektchef i Radr, hvor han arbejder med at skabe overblik og indsigt i de nye produkter, tjenester og services, der er drevet af ny teknologi. Han driver også webshoppen MemeMaker, der sælger open-source hardware til brug i prototyping og kunst- og hobbyprojekter bl.a. inden for Internet of Things.



KRISTIAN KRÄMER

Kristian Krämer, Senior Digital Business Strategist, Alexandra Instituttet arbejder med udvikling af digitale strategier- og forretningsmodeller – specielt fokus på mobile forretningskoncepter. Derudover sekretariatsleder for den tværregionale erhvervs-satsning Shareplay, der arbejder for at skabe vækst og styrke innovationen i midtjyske og nordjyske virksomheder inden for medier, computerspil og andre digitale platforme.

VANESSA CARPENTER

Vanessa Julia Carpenter er interaktions- og elektronisk skitserings-specialist, der fokuserer på såvel opbygningen af teknologi som de sociale og psykologiske konsekvenser af at indføre elektronik ind i en given kontekst.

Hun fokuserer på de tidlige stadier af design forskning, ved hjælp af elektronik som et design materiale til at undersøge og skabe nye muligheder for interaktion.



CHARLOTTE RAABY JAKOBSEN

Charlotte Raaby Jakobsen er MSc Business Psychologist og arbejder som konsulent hos FORCE Technology i Afdelingen for Anvendt Psykologi.

Med speciale i forbrugerpsykologi arbejder hun med, hvordan menneskers adfærd, emotioner, kognition og motivation har indflydelse på forbrug.

CARSTEN BECK

Carsten Beck er forskningschef ved Institutet for Fremtidsforskning og beskæftiger sig med markedsanalyser, kundeanalyser, medarbejderudvikling, detailhandel samt ledelse og organisationsforhold. Siden 1990 har Carsten Beck arbejdet for en lang række kunder i Europa og USA. Det spænder fra global detailhandel, kommuner, finansielle institutioner til industrivirksomheder, fødevarerproducenter og foreninger. Blandt emnerne er forbrugere, arbejdsmarkedet, omverdensanalyse, brands og miljø.



ANNE THOMAS

Anne Thomas er projektleder fra Service Platformen. Hun er til daglig trend forsker og foredragsholder og har udviklet af trend spillet Map of the Future for Innovationsnetværket Livsstil – Bolig og Beklædning.

Igennem de seneste 15 år har hun indgående beskæftiget sig med det digitale servicesamfund. Fra Velfærdsteknologi, over grøn IT, til bankservice, fremtidens retail og musikindustrien.

0001

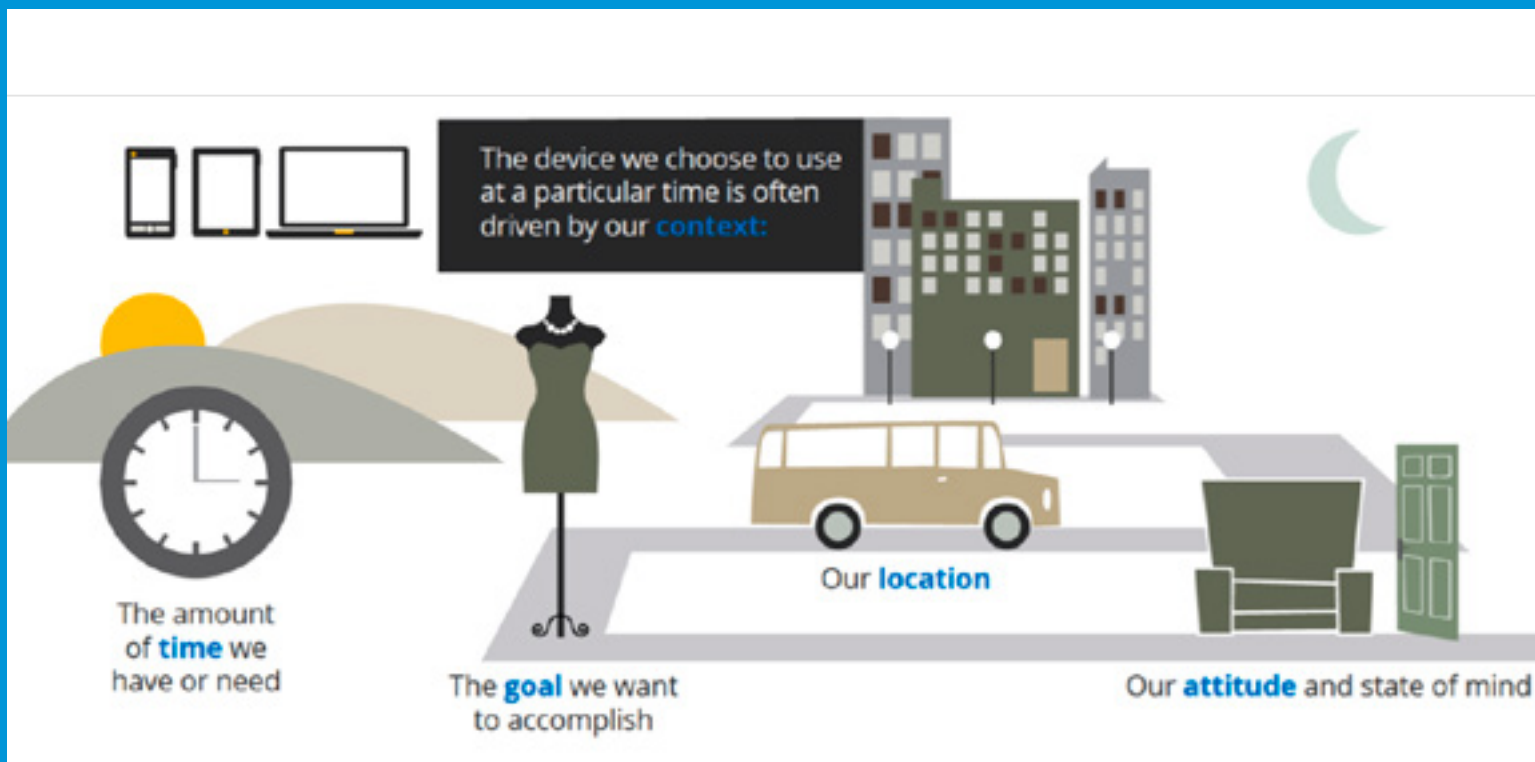
101101

OTRENDS11

011011010

110

DU ER EN DEL AF KUNDENS KONTEKST



<http://www.powerretail.com.au/multichannel/omnichannel-predictions-stephen-duncan/#ixzz2y1ys4kZk>

<http://invio-net.dk/live-app-et-samarbejde-mellem-vega-billetlugen-carlsberg-og-tdc-play>

<http://www.smh.com.au/business/property/rent-bonanza-if-merged-david-jones-myer-exit-20140131-31s20.html>



101001
01001101101
10TRENDS110
011011010
001110
01
TREND

Kunden er midt i og travlt optaget af at skabe sit perfekte liv. Du er et øjeblik på hans vej. Forstå og hjælp ham, inden han igen må videre.

Den digitale forbruger er altid ude i forskellige livsprojekter og forbrugerrejser. Han vil med mange forskellige enheder behøve hjælp på tværs af platforme og kanaler. Han anser ikke sig selv som enten online eller offline. Kunderejsen for ham ender ikke med et køb, den ender med en løsning af hans

projekt, og vi kan tilrettelægge og designe kundeoplevelsen i hele hans rejse. Kunden vil forvente at vi kender hans forskellige behov, og han vil dele data med os i det omfang, at det letter hans færd. Han er projektlederen. Vi er en del af curling holdet, der fejer foran ham.

9

101001
01001101101
10TRENDS110
011011010
001110

01

1# CASE

En mobilapplikation ved navn LIVE-app har været omdrejningspunktet for udviklingen af en digital platform, som skaber mulighed for værdiskabelse og mer salg for de fire forretningsparter i projektet ved at forstå og støtte koncertgængerens behov både før, under og efter koncerten.



Live - app - et samarbejde mellem VEGA, Billetlugen, Carlsberg og TDC Play

Digitale koncepter kan udvide kundeoplevelsen til at omfatte et før, under og efter-niveau

{ Kunden er leder af et projekt }

10
101001
01001101101
10TRENDS110
011011010
001110

01

2# CASE

Amerikanske kunder er grundigt trætte af at blive "genkendt" og foreslået flere nye produkter. For kunden er der dog stor forskel på at blive genkendt og guidet til valg af størrelse, stil og farver, og så de evindelige "andre kunder har også". Når du har muligheden for at interagere på kundedata, så tænk service frem for salg.

Live -app - et samarbejde mellem VEGA, Billetlugen, Carlsberg og TDC Play



Din digitale serviceassistent skal ikke ånde kunden i nakken!

{ Online rejsen sker også i butikken... }

101001
01001101101
10TRENDS110
011011010
001110

01

3# CASE

Strandet i Singapore lufthavn er som at komme gratis ind i en service attraktion.

Hvor lang tid har den digitale kunde lyst til at blive hos dig?



I Singapore lufthavn har man så mange tilbud om gratis videoforevisning, gratis WiFi, hvile lounges etc., at selv hvis du strander 6 timer i Singapore, vælger du at blive i lufthavnen. Den digitale forbruger bevæger sig fra HotSpot til HotSpot, som en kunde i regnvejrs bevæger sig fra markise til markise. Kræs for den digitale indfødte i din butik, og han bliver hængende lidt længere.

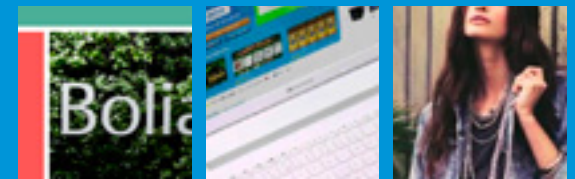
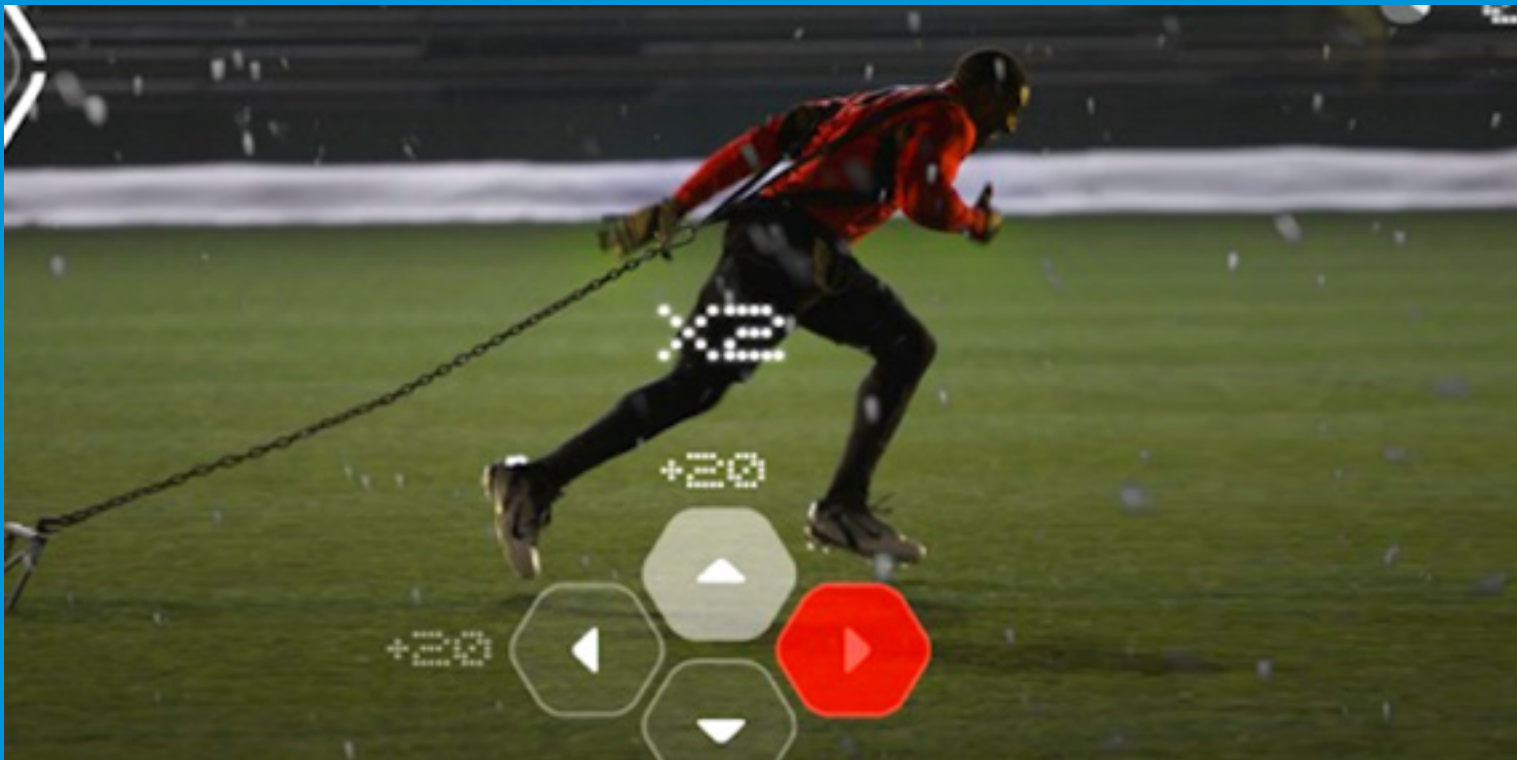
{ Kunde-
rejsen
slutter ikke
med et køb... }

DU ER MEDSKABER AF EN OPLEVELSE

[http:// www.teleflora.com/](http://www.teleflora.com/)

[http:// goo.gl/sWlhrL](http://goo.gl/sWlhrL)

[http:// videnskab.dk/kultur-samfund/4-november-her-er-virksomhedernes-nyeste-markedsforingstrick](http://videnskab.dk/kultur-samfund/4-november-her-er-virksomhedernes-nyeste-markedsforingstrick)



101001
01001101101
10TRENDS110
011011010
001110

02
TREND

Uanset om man er aktiv digitalt eller fysisk så er hvert eneste sekund potentielt en opdatering værd – eller ej.

Den moderne forbruger deler ikke som tidligere sin dag op i 8 timers arbejde, 8 timers fritid og 8 timers hvile. I stedet skelner vi mellem egentid og beslaglagt tid. Egentiden bruger vi på at iscenesætte præcis det liv vi gerne vil leve. Uanset om man er aktiv digitalt eller fysisk så er hvert

eneste sekund potentielt en opdatering værd – eller ej. Jo bedre rammer du kan skabe for at kunden kan iscenesætte sit egen optimale "tidsfordriv" desto mere glæde vil I have af hinanden. Kunden er altid centrum i den oplevelse. Du kan være scene eller statist.

Bolia arbejder bevidst
med alle kundens sanser

Skriver dine kunder dig ned i deres dagbog?

Når du besøger en Bolia møbelbutik er den designet til at tale til alle sanser. Lige fra den diskrete blomsterduft til den seneste loungemusik, mixet eksklusivt til Bolia. Desto flere sanser de kan få i spil, jo stærkere sætter brandet sig fast. Og det fører kunden med sig også selvom han køber via nettet.

{ Alt er
potentielt
en opdatere-
ring værd... }

<p>SEE, SMELL, HEAR, TOUCH & TASTE</p> <p>Når du besøger en Bolia møbelbutik er den designet til at tale til alle dine sanser. Lige fra den diskrete blomsterduft til den seneste loungemusik, mixet eksklusivt til Bolia. Tag en kop lækker økologisk kaffe, og lad dig inspirere af vores brede sortiment.</p> <p>Vores møbelbutikker og medarbejdere er udstyret med den nyeste teknologi – iPads, 3D indretningsprogrammer og apps – og med en passion for design. De er parate til at give dig personlig vejledning og service, som du ikke oplever andre steder.</p>		<p>BOLIA BUTIKKER</p> <ul style="list-style-type: none"> > København City > København Fields > København Vesterbro > Lyngby Hovedgade > Aarhus v. Bruun's Galleri > Roskilde Ro's Torv > Odense Rosengårdcentret > Bolia International A/S > Bolia Outlet > Bolia Erhverv > Bolia Kundeservice > Levering og Afhentning
<p>BEST SERVICE IN TOWN</p>	 <p>Bolia.com</p> <p>THE BOLIA STORE EXPERIENCE</p>	<p>I TVIVL? SENT UDE? GAVMILD? GIV ET BOLIA GAVEKORT</p> <p>Søger du efter en god gaveide til familie, venner eller kolleger, så er et gavekort fra Bolia designet til at glæde. Du kan købe et Bolia gavekort i din nærmeste Bolia butik, og du vælger naturligvis selv, hvilket beleb gavekortet skal lyde på.</p> <p>Vi sørger for at pakke gavekortet flot ind sammen med vores nyeste hovedkatalog, så modtageren kan få inspiration til at træffe sit helt personlige valg. Vi vil gøre vores bedste for at modtageren får en god personlig service og rådgivning, den dag gavekortet indløses i butikken.</p>
 <p>SPLIT THE PAYMENT</p>		

02

2#CASE

Passer handel og spil sammen?



HSN.com tilbyder
en spilarchade til
deres kunder

{Tid priori-
teres i forhold
til personligt
udbytte...}

Retail giganten HSN.com er ikke i tvivl. De håndterer årligt 5 millioner kunder på deres hjemmeside.

De introducerede gamification i 2011 efter at have spurgt sig selv, "hvad foretager kvinder sig også på nettet udover at handle?". Efter introduktionen af social games har HSN gjort status:

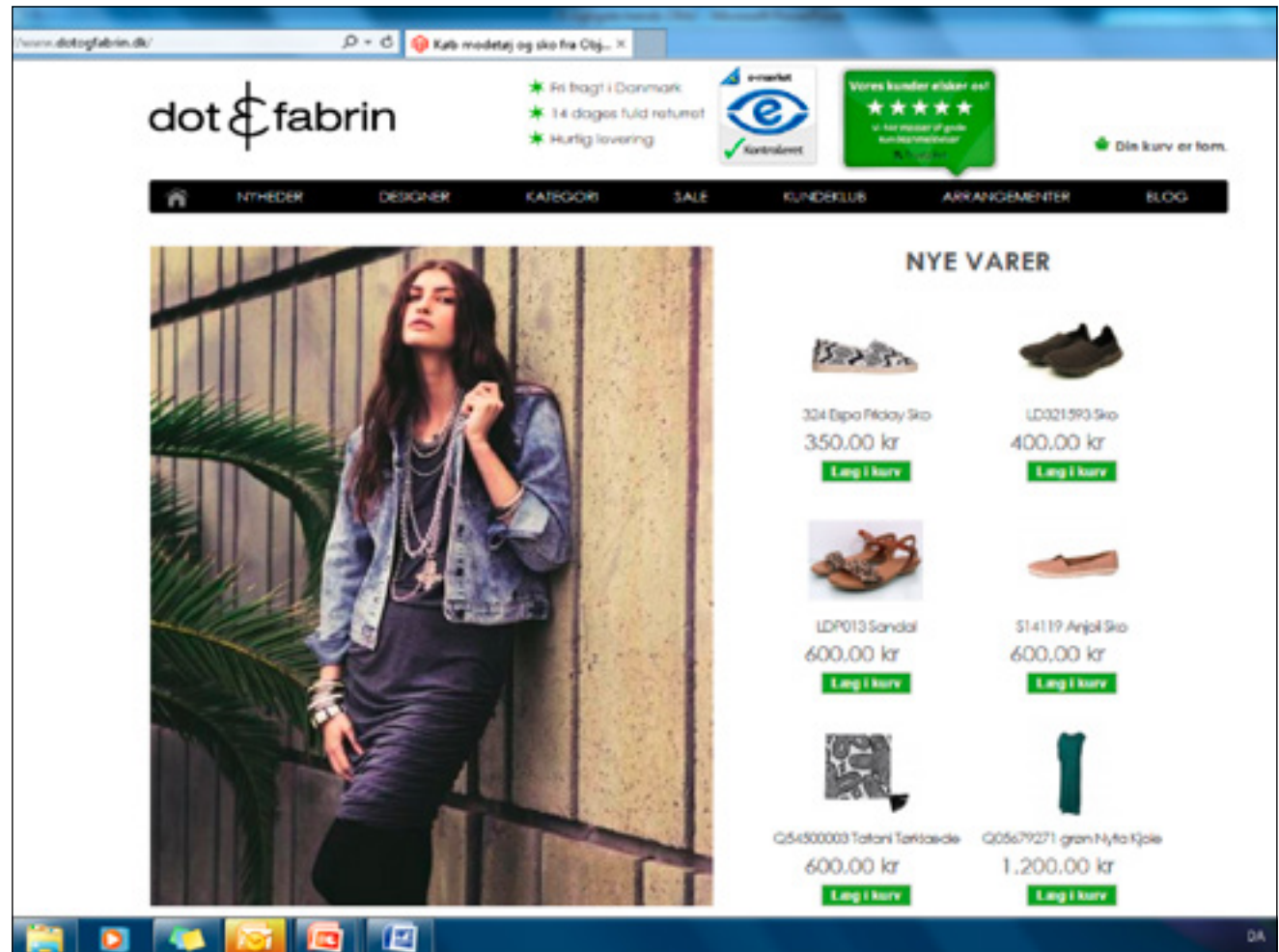
HSN Kunder, der spiller i HSN Archade besøger butikken 2 gange oftere, 2 gange så lang tid, køber flere enheder og lægger flere penge.

dot&fabrin er en
modetøjsbutik
beliggende i Hobro

Kan man være fan af en tøjbutik i Hobro?

Dot&Fabrin er en modetøjsbutik i Hobro med et opland, der er uhørt for sin art. Når kunderne er så loyale og spreder sig, som de gør, så handler det om en meget personlig service. Butikken forstår sin kundegruppe. Og kunderne bliver en del af butikken. Brand identifikation opstår omkring stærk brand identitet og dette kan skabe brand communities.

{ Du er et
amfiteater... }



CONVENIENCE FØRER TIL KØB



[http:// www.youtube.com/watch?v=KuG8sDsDJew](http://www.youtube.com/watch?v=KuG8sDsDJew)

[http:// goo.gl/oDQhtP](http://goo.gl/oDQhtP)

[http:// www.youtube.com/watch?v=_i9348H-mw4#t=172](http://www.youtube.com/watch?v=_i9348H-mw4#t=172)



101001
01001101101
10TRENDS110
011011010
001110

03
TREND

Den digitale forbruger er godt forvænt. Og han er overfladisk nok til at svigte, hvis der er den mindste kurre på tråden.

Forbrugerne udviser større og større forventning. Det skal være så nemt som muligt. Jo nemmere det er at finde den rigtige vare, at vælge alternative varer, at vælge supplerende produkter, at betale og at fortryde igen, des mere tilfredshed. Det handler om service. Og den personlige

service kan nu suppleres af teknologi, der gør det endnu nemmere. Det kræver investeringer, og det kræver en kultur i forretningen, der kan bære det. Servicekonceptet skal holde hele vejen rundt, hvis du vil holde på den digitale forbruger.

17

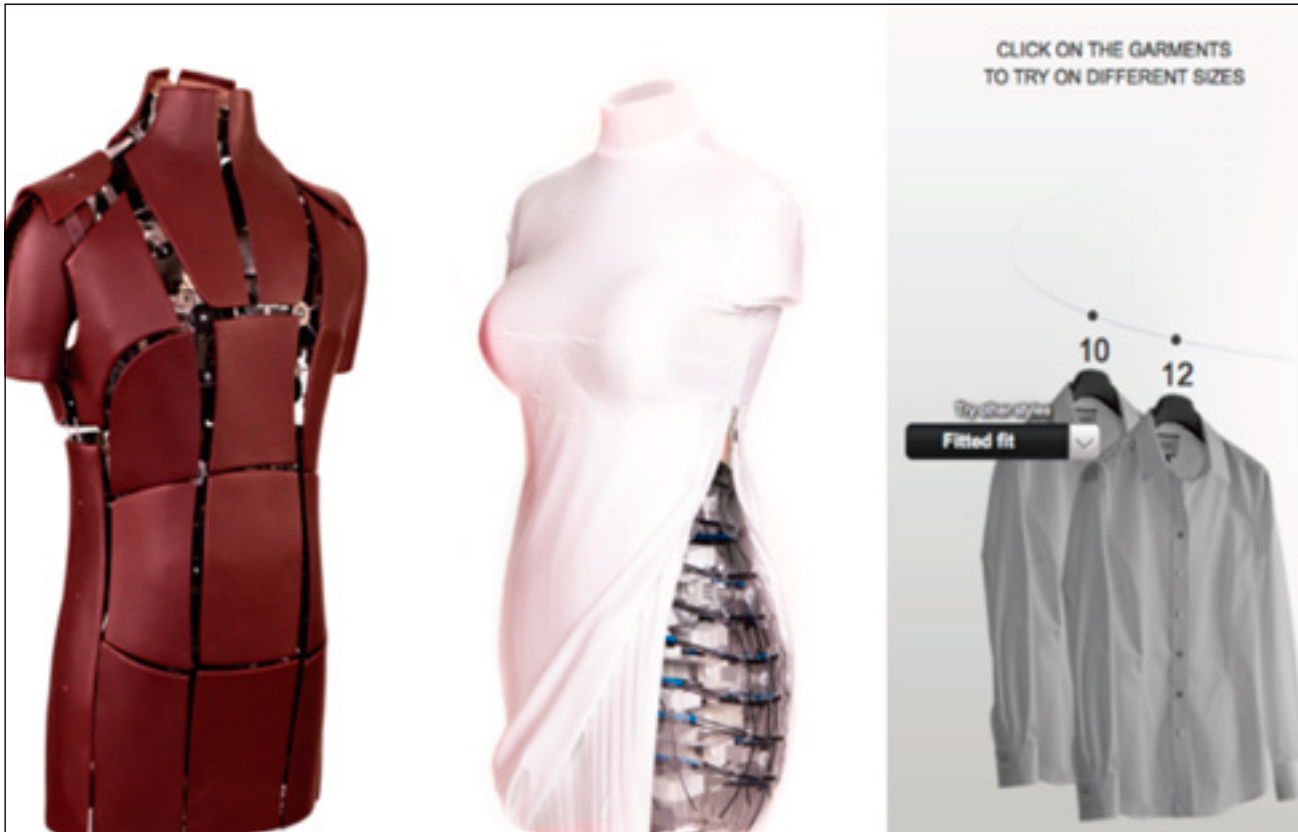
101001
01001101101
10TRENDS110
011011010
001110

03

1# CASE

Den moderne forbruger gider ikke spille sin tid med bøvl. Bruger hun 30 min på at glædes over at købe en smuk bluse, må de 10 minutter ikke gå med at finde den rigtige størrelse. Og vi taler ikke kun om, hvorvidt den passer rundt om livet. Den skal sidde, og den skal passe ind i min stil.

{ Impulskøb
-alt er
legende
let... }



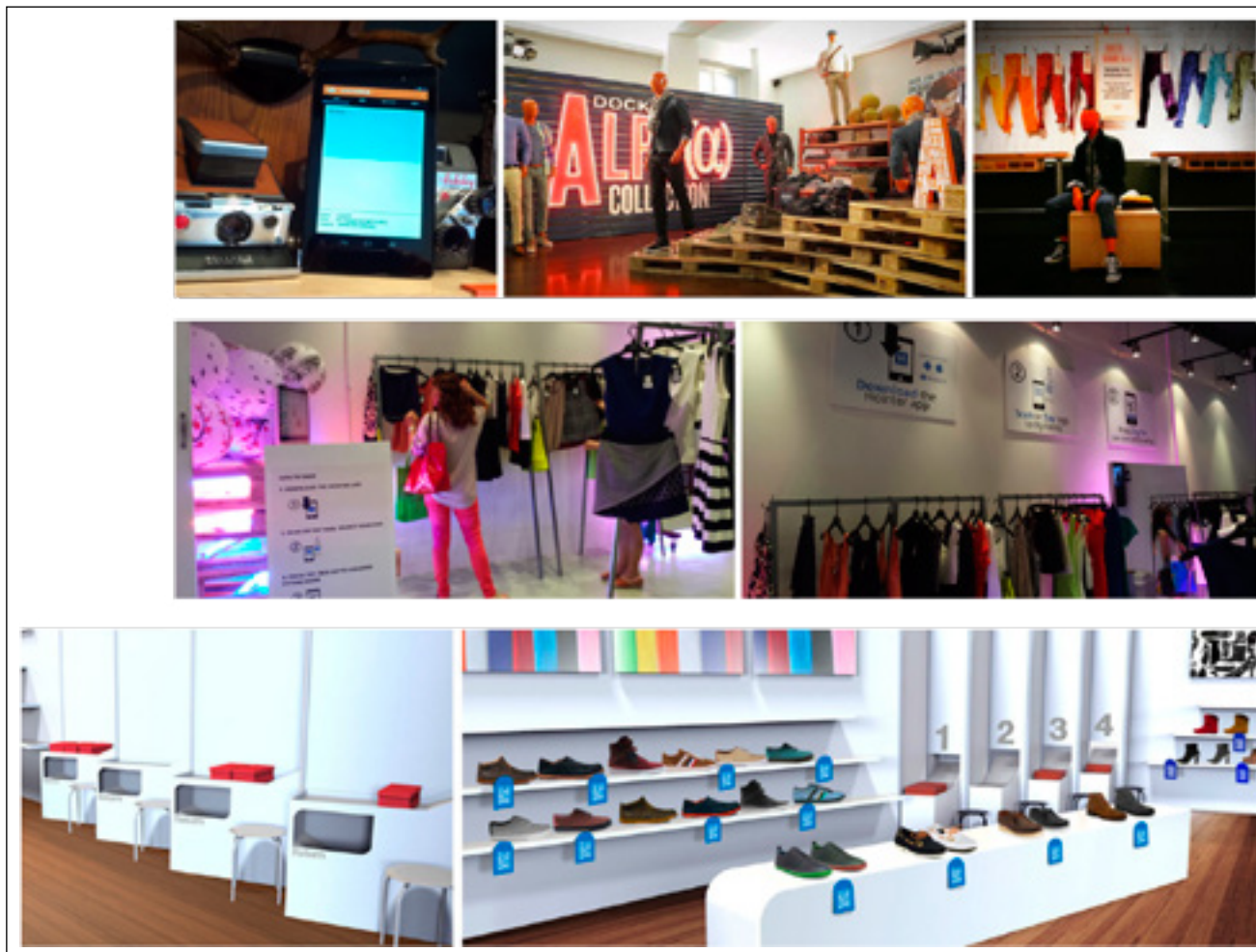
Flere pusler med at kunne gemme kundens mål, for at tilbyde automatisk valg af bedste fit.

Giv mig kun det, der passer mig!

03

2# CASE

Hointer er robotter til
varehuset



Nu bliver de
fysiske butikker
også digitale

Hointer er et teknologifirma. Et teknologi firma der sælger tøj, for andre. Du scanner en bluse med din iPhone, får besked om at gå ind i prøverum 3, og der ligger blusen parat. Automatisk, som på nettet. Men hvorfor så ikke handle på nettet? Det personlige indslag i butikken får større og større vægt. Det praktiske, logistikken kan partnere tage sig af – mod betaling.

{ Stadig
kortere
leveringstid
... }

101001
01001101101
10TRENDS110
011011010
0011110

03

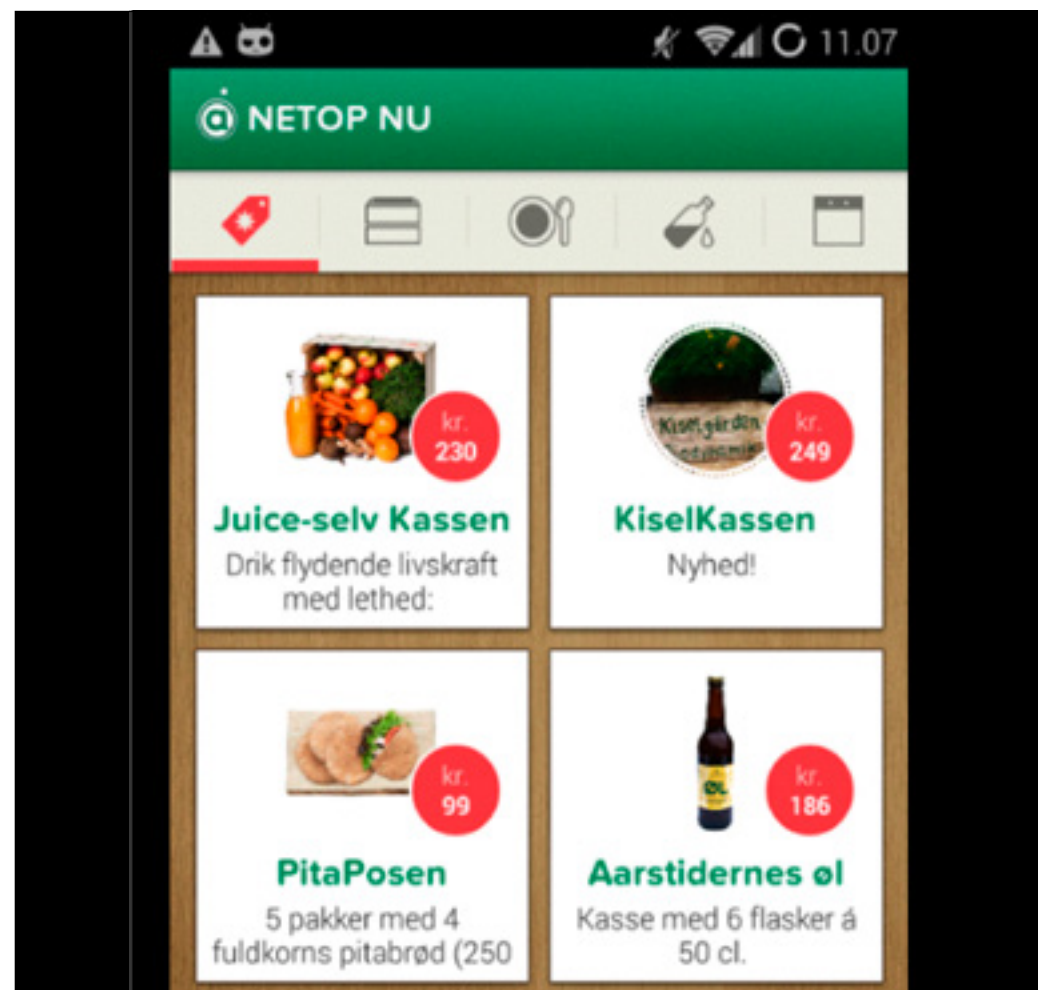
3# CASE

Aarstiderne har stor succes med deres impuls købere

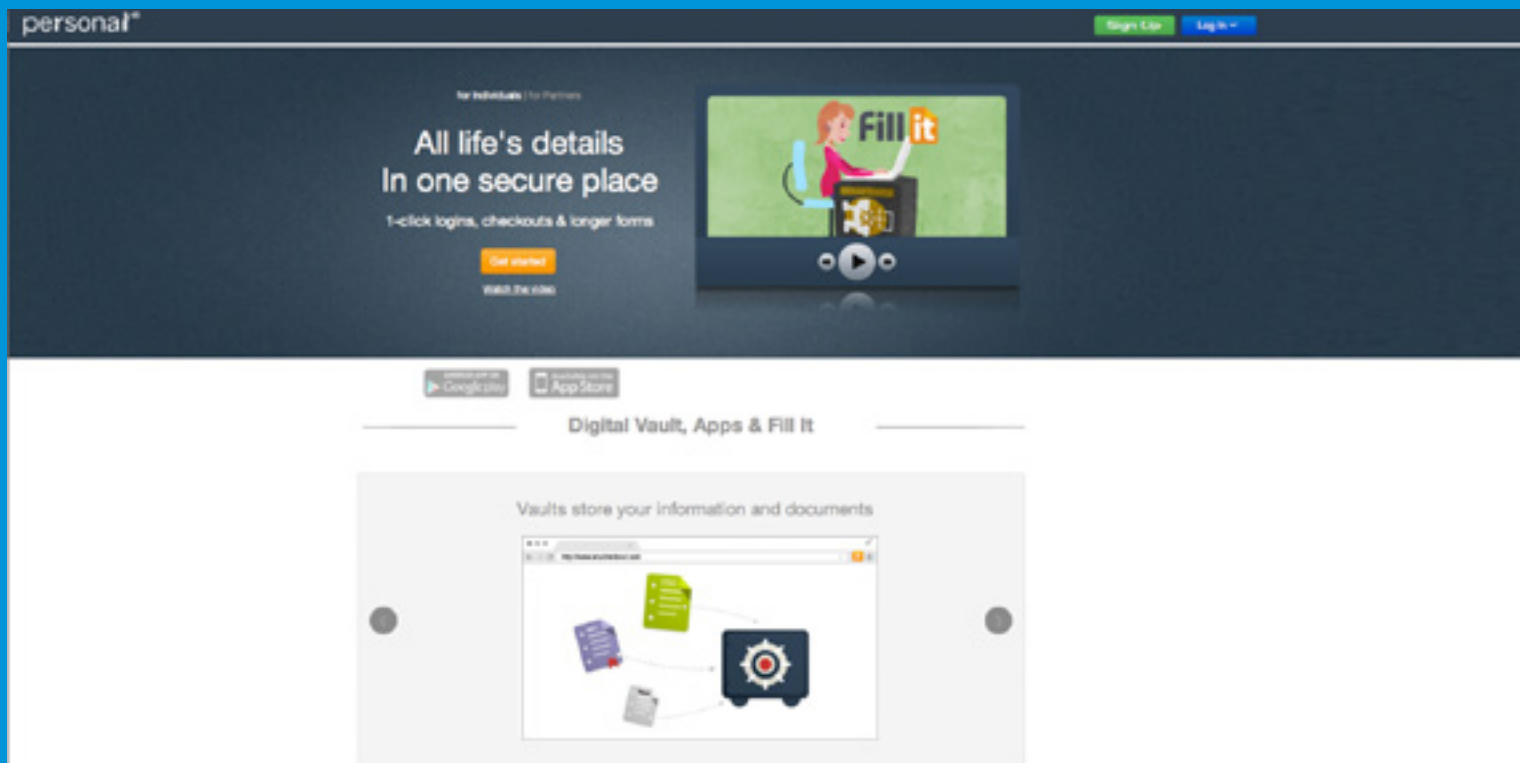
Hvor meget pesto kan man egentlig have brug for?

Den digitale forbruger er impulsiv. Han forlader indkøbskurven, hvis han distraheres, men han fylder også i den, hvis han bliver inspireret. De fleste kan lide at købe ting. Men der skal være tale om øjeblikkelig genkendelse. Fordi andre har købt en puslepude med elefantprint, er det ikke ens betydende med at også jeg vil have den i kurven med min rødvin.

{ Tilpasning sker på alle planer }



ID DATA BLIVER HÅRD VALUTA

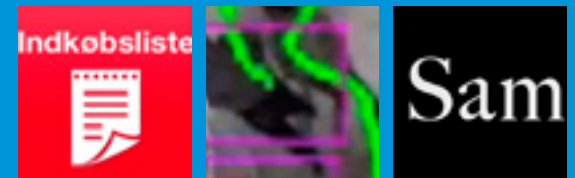


[http:// itunes.apple.com/dk/app/superbrugsen/id449123766?mt=8](http://itunes.apple.com/dk/app/superbrugsen/id449123766?mt=8)

[http:// venturebeat.com/2013/07/15/retailers-tracking-amazon/](http://venturebeat.com/2013/07/15/retailers-tracking-amazon/)

[http:// searchcio.techtarget.com/opinion/Ten-big-data-case-studies-in-a-nutshell.com/opinion/Ten-big-data-case-studies-in-a-nutshell](http://searchcio.techtarget.com/opinion/Ten-big-data-case-studies-in-a-nutshell.com/opinion/Ten-big-data-case-studies-in-a-nutshell)

[http:// www.sas.com/en_us/customers/macys.html](http://www.sas.com/en_us/customers/macys.html)



101001
01001101101
10TRENDS110
011011010
001110

04
TREND

Banken tager sig af dine penge, men hvem passer på dine data?

“Du kan også logge ind med Facebook”
Sådan er vi ved at være vant til at møde det. Er du medlem af vores kundeklub? Har du handlet hos os før. Hver gang vi kunder giver oplysninger om os selv, bliver der åbnet døre for tilbud, oplevelser, og mulighed for at springe over i køen eller direkte til betaling.

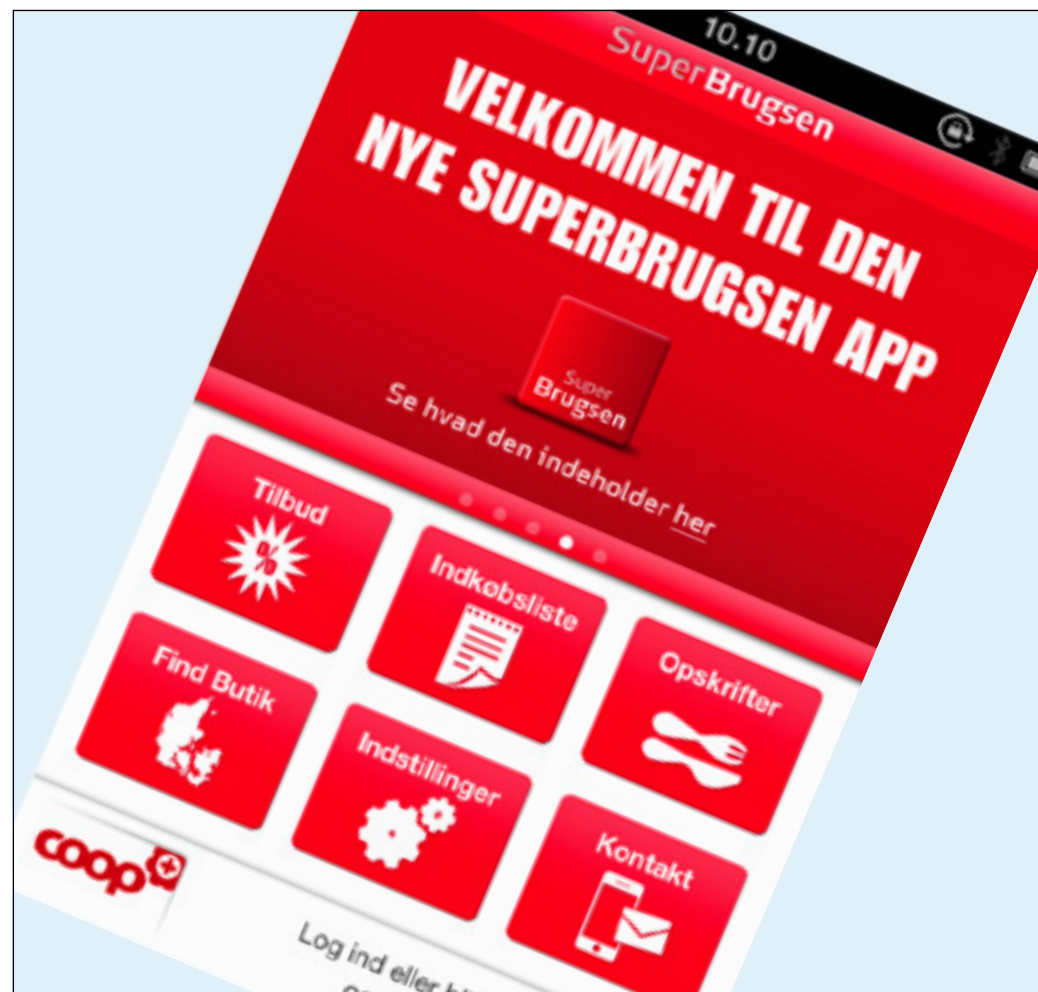
Vi betaler for fordelene med vores data. Men vores data ligger også som spor efter os overalt hvor vi færdes, og vi begynder at frygte konsekvenserne. Hvem stoler vi på? Og hvor får vi mest for “pengene” – vores data.

Superbrugsen klar med
kundeklub og bank

**Du kan godt lide
avocado, kan
vi se.** Vil du have
3 for 10?

Tilbagemeldingerne har indtil videre været overvejende positive fra Coops kunder, der modtager specialtilbud. Coop har også været en medlemsklub længe. Nu vil de være bank. Er de et eksempel på en troværdig datapartner?

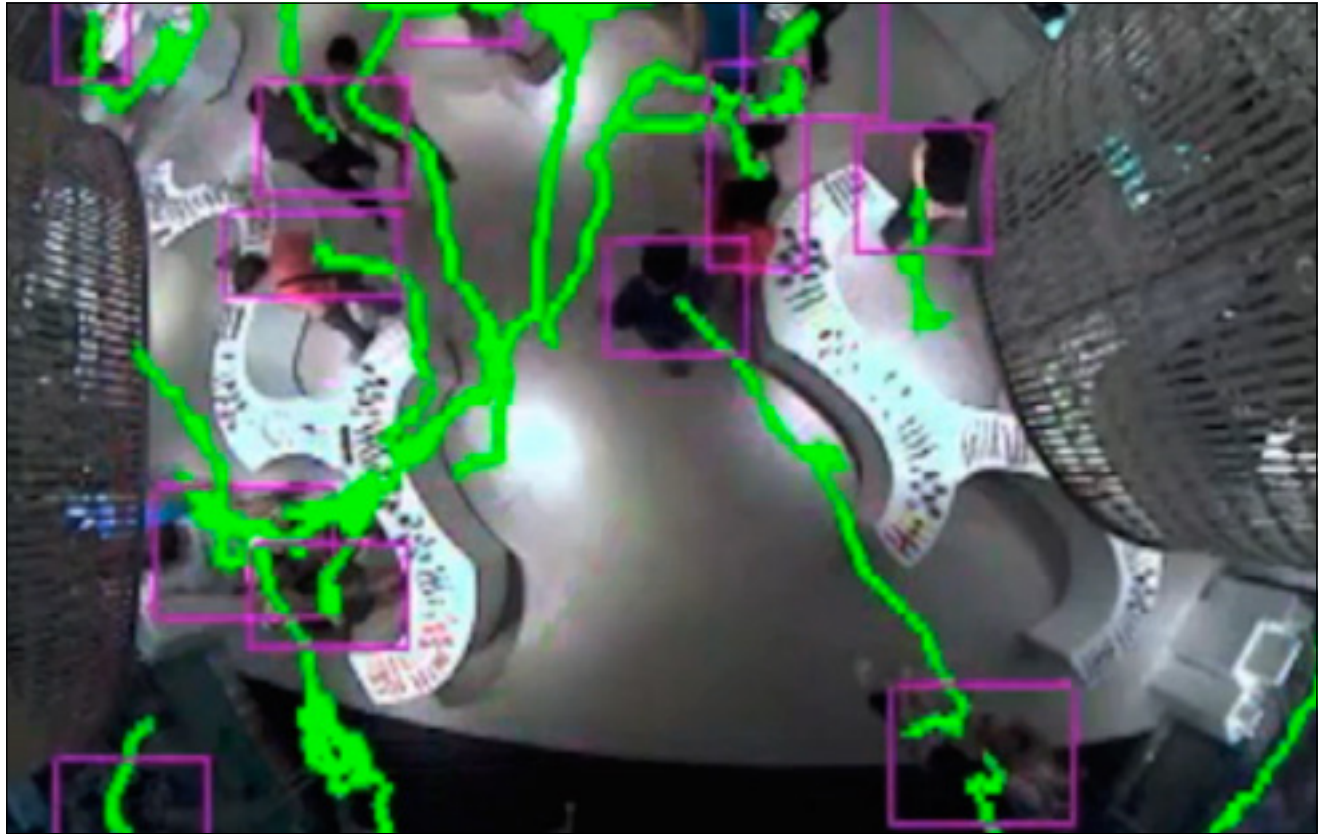
{ Kunden
forstår
sine data som
værdi... }



04

2# CASE

Der er juridiske grænser for, hvad man må optage, hvordan man må anvende data, og hvad man må gemme. Men der er også en stigende moralsk opmærksomhed på, hvem der må vide hvad om os. Håndteres personlige oplysninger ikke nænsomt kan det give bagslag. Generelt vil forbrugeren hellere behandles som et menneske end som et objekt.



Overvåget ikke kun af
Se&Hør

{ Kunden giver
data for
smidighed,
adgang og
oplevelser. }

Mine bevægelser er mine

04

3# CASE

Sambotesten var
en kæmpe succes
- lige indtil...



Sikken en redelighed!

Sambotestet tilbød "personlighedstests" via Facebook. Dagligt tager millionvis af forbrugere tests om alt fra "Hvilket sjældent dyr bør du have" til "Hvilken tegneseriefigur er du". Og Sambotestet var en kæmpe succes indtil nogen stillede spørgsmålstegn ved, om de havde tænkt sig at udnytte oplysningerne til andet end en uskyldig leg.

{ 3. Part
tilbyder
sikkerhed
-Hvem ejer
kunden? }

EN STORM AF NYE BETALINGER

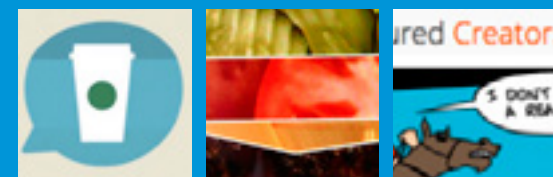


[http:// goo.gl/80TI19](http://goo.gl/80TI19)

[http:// goo.gl/amliih](http://goo.gl/amliih)

[http:// dashwith.me/](http://dashwith.me/)

[http:// goo.gl/v0MZUG](http://goo.gl/v0MZUG)



101001
01001101101
10TRENDS110
011011010
001110

05
TREND

Er der ét sted, hvor innovatører retter deres fokus, er det på betalingssiden. Og forbrugerne følger ind til videre taknemmeligt med.

Der er allerede åbnet op for nye måder at lave betalinger på. Mobile Pay har haft stor medvind. Og mange lavpraktiske løsninger ikke mindst på de mindre betalinger ser dagens lys. Med chip i betalingskort behøver vi ikke at have kortet op af lommen. Vi kommer til at se flere former for auktsionsbase-

rede betalingsformer og - modeller. Og vi ser eksempler på betaling både som en slags mikroinvestor i produkter, der slet ikke er produceret endnu, og betalinger, som allokeres, men først trækkes efter forbrug. Kunderne er indtil videre meget villige til at eksperimentere, hvis sikkerheden virker i orden.

Twitter og Starbucks indgår samarbejde, så der kan 'giftes' kaffe direkte gennem Twitter.

Tweet: "@tweetacoffee to @esbenhardenberg" og @esbenhardenberg modtager et gavekort på \$5 til Starbucks.

Det er et område, som Twitter endnu ikke har udforsket til fulde, men som kan være et tegn på ting, der kommer jf. Twitters samarbejde med Stripe og AmEx. Ifølge Starbucks var Tweet-a-coffee en stor succes på launchdagen.



Starbucks og Twitter laver betalingsgimmick på delte kaffekopper.

{ Alle
ønsker at
eje betalings-
øjeblikket }

Mikrobetalinger åbner for et mere socialt orienteret handlemønster

05

2# CASE

Husk at betale inden I går

Burgerbarer lader brugere åbne en regning og selv tjekke ud, når de har drukket op.

Dash er et eksempel på, hvordan mobilbetalinger bliver stadig smartere og med "unikke" muligheder (fx. at dele regningen) og give promotions, hvis der tjekkes ind på sociale medier gennem appen.

"Stack Your Own Burger" beder kunden selv oprette regning og betale inden afgang.

Herudover kan der indsamles data om brugerens besøg på restauranten, såsom tid brugt der, hvad der er købt etc.

Mange vil gerne tilbyde betalings-services netop for at indhente køberoplysninger via betalingsøjeblikket.

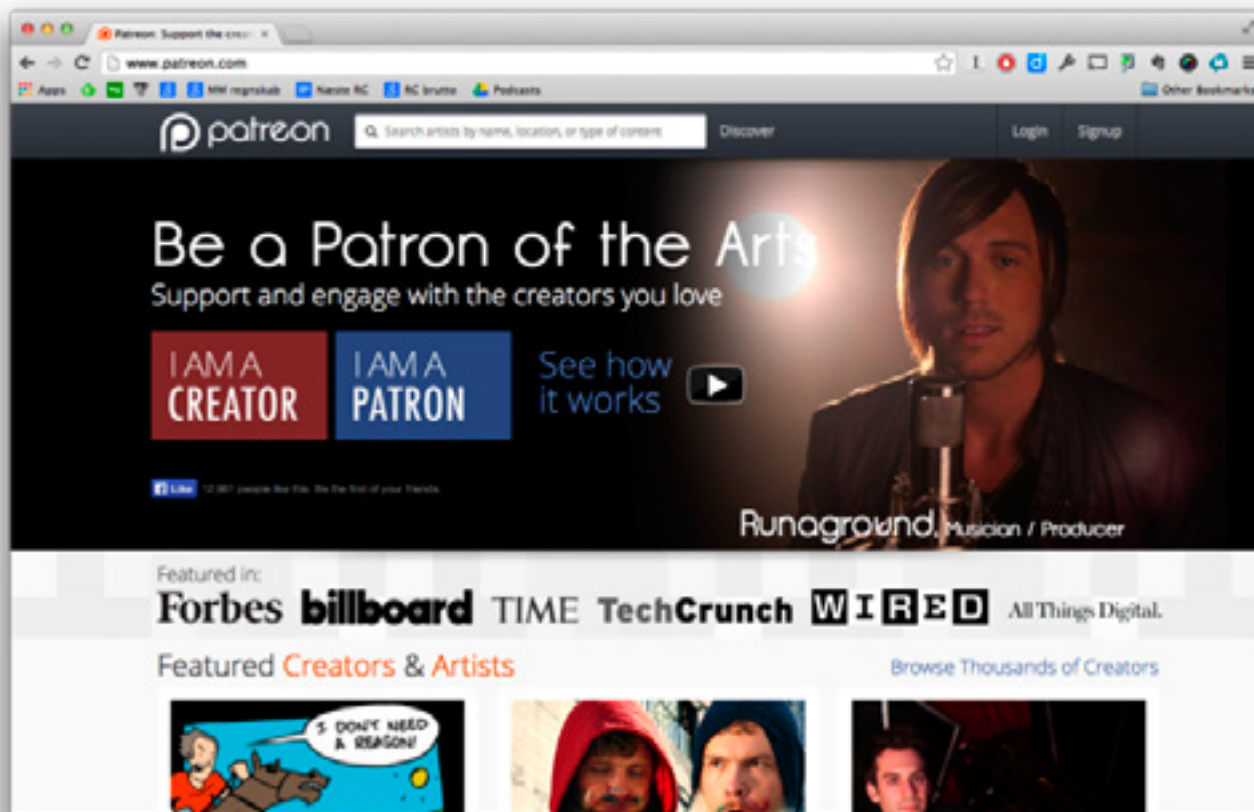
{ Abonnements-ordninger på vej frem... }



Patreon handler mere om måden, vi støtter og har et personligt link til de 'rock stars', vi forelsker os i fremover. De følger tendensen med, at vi ikke længere vil nøjes med pakkeløsninger på tv.

Kunstnerne sætter en Patreon-side op og brugerne kan derefter donere et beløb pr. 'piece of art' der skabes med et månedligt loft. Patreon tager 5% af donationerne

{ nye service-
koncepter
tager betaling
forskudt fra
købet... }



Patreon er en måde at støtte kunstnere og indholdsskabere på nettet.

Tilbage til mæcenerne fra antikken

STATUS ER AT VÆRE DEL I HISTORIEN

<http://baisikeli.dk/>

<http://www.zipcar.com/>

<http://minbildinbil.dk/>



101001
01001101101
10TRENDS110
011011010
001110

06
TREND

På bibliotek.dk har vi adgang til alle bøger. Bøgerne hjemme i reolen er vores alene. Og når vi køber en cykel hos Baisikeli så køber vi også lidt af en i Afrika.

Sidste år vendte syv års ulykke i den danske musikeindustri til positive tal på bundlinjen takket være streaming. De gav pote i tælleapparaterne hos pladeselskaberne, der længe havde lidt under, at kun få i dag har lyst til at eje musik. I Skotland kan du eje en andel af dit hus. Og dertil kan du så tegne

abonnement på vedligeholdelse og nemt flytte til et andet indenfor service pakken. Air BnB blomstrer, og de unge nomader bor på værelser en måned ad gangen i alle egne af verden. Vi er lidt mere flydende, men vi vil gerne sætte vores præg. Derfor bliver vores historie vigtig.

101001
01001101101
10TRENDS110
011011010
0011110

06

1# CASE

Tie Society tilbyder dig
slips sendt til din bopæl.

TIE SOCIETY

INSTANT ACCESS TO HUNDREDS OF TOP DESIGNER MEN'S FURNISHINGS.

CONTINUOUS EXCHANGES

SIGN-UP NOW:

EMAIL

PASSWORD

[Start Browsing](#)

**DESIGNER NECKWEAR
MAILED TO YOUR DOOR**

Starting at \$10.95 per month. Free Shipping. Unlimited Exchanges. Cancel Anytime.

CHOOSE THE ITEMS YOU WANT. KEEP THEM AS LONG AS YOU WANT. EXCHANGE THEM WHENEVER YOU WANT. [LEARN MORE](#)

CHOOSE
THE ITEMS YOU WANT

WEAR
THEM AS LONG AS YOU WANT

EXCHANGE
THEM WHENEVER YOU WANT

**Aldrig mere
samme slips** to
dage i træk!

Bliv medlem af Tie Society og få slips sendt til døren på abonnementsordning. Eller lej din brudekjole, dit ventetøj, eller din designer håndtaske. Ejer du en lækker håndtaske kan du jo selv leje den ud på iRent2u.

{ Jeg
spottede den
først/Min
holdning er... }

Baisikeli er en privat virksomhed, dedikeret til at forbedre livskvaliteten og gøre transport nemmere og billigere for de fattigste mennesker i verden. Alt det køber du, når du får lappet din cykel, eller drikker en kaffe på Kalvebod Brygge.

{ Træt
af tung
baggage }

Baisikeli betyder cykel på swahili

Baisikeli er et cykelværksted, og et internationalt udviklingsinitiativ!



06

3#CASE

 MinBil DinBil er et af
 mange dele-initiativer

Del din bil og dine udgifter!

Zipcar er en international virksomhed, hvor folk kan leje biler og selv bestemme hvilken bil, hvor længe og hvor de vil hente den.

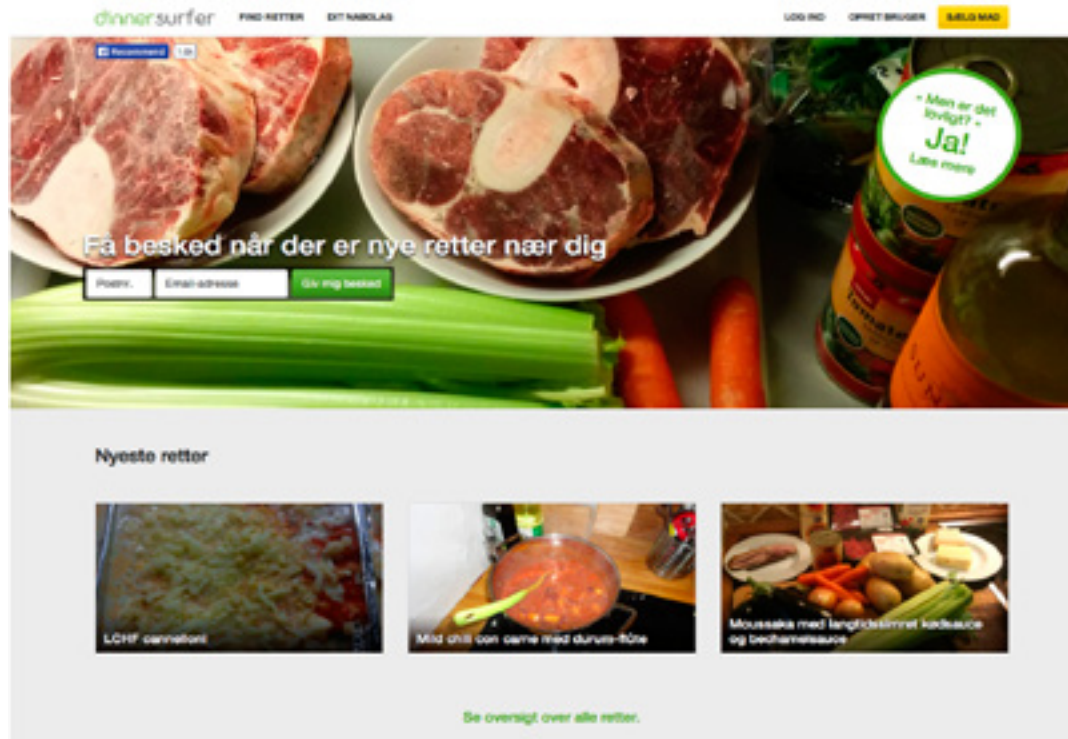
De betaler for medlemskab og leje men kan reservere biler, når som helst de vil leje.

Som modsætning til dette ses Minbildinbil, som er et fællesskab baseret på tillid, hvor private bilejere kan leje deres biler ud, når de ikke bruger dem. Efter lejeperioden skal ejer og lejer skrive en udtalelse om den anden.

{ Adgang
 før ejerskab... }



PROSUMENTER PÅ DIN PLATFORM

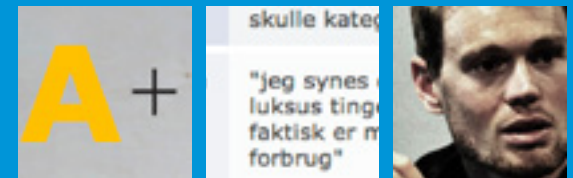


http://www.nykredit.dk/privat/info/raadgivning/tidligere-webinar.xml?intcsref=%20privat_forside_venstre_mestlaest_link_webinar_210314

<http://www.trygfonden.dk>

<http://www.pro-bikegear.com/en-gb/co-creation/our-process.aspx>

<http://lego.cuusoo.com>



101001
01001101101
10TRENDS110
011011010
001110
07
TREND

Unge åbner egne YouTube TVkanaler og IKEA holder loppemarked hver 4. søndag

Essensen af at være en prosument er at producere sine egne varer og tjenesteydelser. Det er især de områder der

- lover høje besparelser
- kræver minimal dygtighed
- forbruger kun lidt tid og kræfter,
- og giver høj personlig tilfredsstillelse

der er tiltrækkende for prosumenter. Fremfor at kæmpe imod prosumenter, bør markedet kigge efter muligheder for at lette prosumentens aktiviteter. F.eks. ved at skabe bedre redskaber eller salgsplatforme til prosumenterne. De store brands bliver motorer Amazon, IKEA etc.

07

1# CASE

De udnytter IKEAs store arbejde med at udvikle standard moduler til mid-delklassen. Men de tilbyder også en undergrund af IKEA fans, der udvikler og sælger kompatible produkter, der driver mersalg.

{ Værktøj
til projekt-
lederen }



IKEA Hackers
– et fænomen nu bakket
op af IKEA

Pirater eller nyttedyr?

Din kunde er projektlederen

At et simpelt Tærte-diagram kunne vække så meget lykke, er bemærkelsesværdigt for så vidt at diagrammer har været en kendt måde at skabe overblik på i mange år.

Er bankrådgiveren egentlig en rådgiver? En simpel lønkonto bidrager ikke til kundens projekt om at opnå en bedre økonomi.

Ole	"Det er fantastisk! Jeg har sådan savnet dette og ledt efter en løsning - en hvor man ikke selv skulle kategorisere. Helt fantastisk!!!!"
Camilla	"Jeg synes det er en super god idé. det giver et rigtigt overblik. jeg prøver at skrue lidt ned for luksus tingene, og tænkte at taxa kørsel var en meget stor post, men nu kan jeg se at det faktisk er mine kiosk køb der er værst. så tak for hjælpen med at få bedre overblik over mit forbrug"
Helle	"Jeg synes at jeres nye forbrugsoverblik er rigtig godt! Det er meget nemmere og mere overskueligt at se hvad man egentlig bruger sine penge på. Rigtig rigtig godt! Tak!"
Helle	"dette er virkelig et genialt værktøj, super værktøj når man skal ligge næste års budget - stor ros til jer!"
Mogens	"Fantastisk - selvom jeg blev chokeret. Det kan anbefales - tak skal I have."
Lisbeth	"Det er et kanon fedt værktøj, virkelig en øjenåbner. (Luksusfælden go home)"
Ann-Ea	"Til Nykredit Bank Det er helt fantastisk med forbrugsstatistikken, dagens gode overraskelse. Nu behøver vi ikke længere at bruge tid på at sidde med boner og regne sammen hvad vi bruger vores penge til, men derimod løbende følge med i forbrugsstatistikken - TAK for det :-). Mange hilsner fra Ann-Ea Salling"

Nykredit vakte lykke hos kunderne med nyt værktøj

{Værdi
og personlig-
hed...}

Pro-Masters laver produktudvikling i højeste klasse ved hjælp af superbrugere.



PRO komponenter er resultatet af et unikt samarbejde mellem professionelle ryttere og erfarne ingeniører. Lego, Extreme sports producenter og andre med dedikerede brugere, lader brugerne afprøve nye grænser og levere input til produktudviklingen.

Co-creation er med til at skabe interesse og fællesskab!

{ Standardisering og mersalg }

ANARCONOMY

[http:// www.facebook.com/groups/storskraldiaarhus](http://www.facebook.com/groups/storskraldiaarhus)

[http:// www.youtube.com/watch?v=6PbrT_GRaig](http://www.youtube.com/watch?v=6PbrT_GRaig)



101001
01001101101
10TRENDS110
011011010
001110

08
TREND

En økonomi baseret på
anarkistiske flokdyr.
En sprængfarlig blanding.

Forbrugere kender deres magt og udnytter den. Vi truer butikker med Facebook. Vi finder prissammenligninger, produkt reviews, deler nyheder, afslører kendte. Crowdfunding og crowdshopping hitter i nogle lande [indtil videre ikke i Danmark]. DONG sagen og Marius viser tendensen for

forbrugeres evne til pludselig opflammen. Brands opsamler klogeligt klager for at håndtere internt. Antallet af likes bliver en lødighedsparemeter.

Vi agerer i flok, men kræver at blive håndteret som individer.

37

101001
01001101101
10TRENDS110
011011010
0011110

08

1# CASE

Indehaveren af Bremerholm kom i uføre, da han ikke ville pakke blomster ind for en ældre herre.

En kvinde greb til pennen på nettet og snart var der gang i lynchstemningen. At Bremerholm blomster længe har kørt med et differentieret servicekoncept på gaden og i butikken var mindre vigtigt end oplevelsen af dårlig personlig service.

{ Systemer
er til for at
udnyttes... }

Bremerholm Blomster
kom i modvind



Er det altid kunden,
der bestemmer?

08

2# CASE

Århusianerne er vilde med genbrug. Så vilde, at små 20.000 af byens borgere har fundet sammen i et fællesskab på Facebook. Her skifter gammelt bras og kasse-rede møbler hænder i stor stil. Gruppen kalder sig »Storskrald i Århus«, og konceptet er enkelt: Du uploader et billede af det, du har tænkt dig at smide ud - så byder interesserede aftagere ind.



I Århus er de vilde med Storskrald

{ Forbrugere
er stærke i
fællesskab
...og stærkt
egosistiske... }

IKEA var med på legen, da kunder fik den idé at bruge butikken som legeplads



Må man lege gemmer i
IKEA?

Den digitale forbruger er ikke længere autoritetstro, og centrerer sig ikke om institutionen, men omkring deres eget fællesskab, og deres egne ideer om, hvad systemet kan bruges til. Sådan blev IKEA gemmelegen til.

{ selvfølgelig
kan man
bruge IKEA
til en gemme-
leg... }

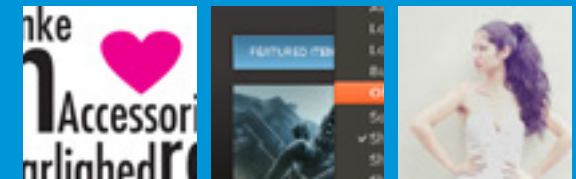
SOCIAL INSPIRATION SÆLGER

[http:// www.fashion-resales.dk/](http://www.fashion-resales.dk/)

[http:// www.aok.dk/shopping/fashion-resales.dk-har-aabnet-show-room](http://www.aok.dk/shopping/fashion-resales.dk-har-aabnet-show-room)

[http:// store.steampowered.com/](http://store.steampowered.com/)

[http:// www.boutine.com/](http://www.boutine.com/)



101001
01001101101
10TRENDS110
011011010
001110

09
TREND

De sociale netværk er stærkest kunde til kunde. En glad kunde er den bedste sælger.

I takt med at de sociale medier kræver større betaling for at booste virksomheders egne posts, bliver vigtigheden af kommunikationen mellem fans og venner af fans tydeligere.

Det er andet og tredjeled af dit netværk, der skal aktiveres. Jo mere brandet stiller sig ind

i dialogen, des mindre interessant bliver det. Digitale forbrugere er ekstremt socialt aktive i rigtig mange grupper. Giv dem en plads de kan udfolde sig på.

Genbrugsen bliver moderne, når der kommer et digitalt socialt aspekt indover!

Fashion Resales er en webshop som sælger genbrugstøj for kvinder som ikke selv får det gjort og fra kendte ambassadører som donerer hele indtjeningen til Ungdommens Røde Kors – "almindelige" sælgere bestemmer selv, om og hvor meget de vil donere.

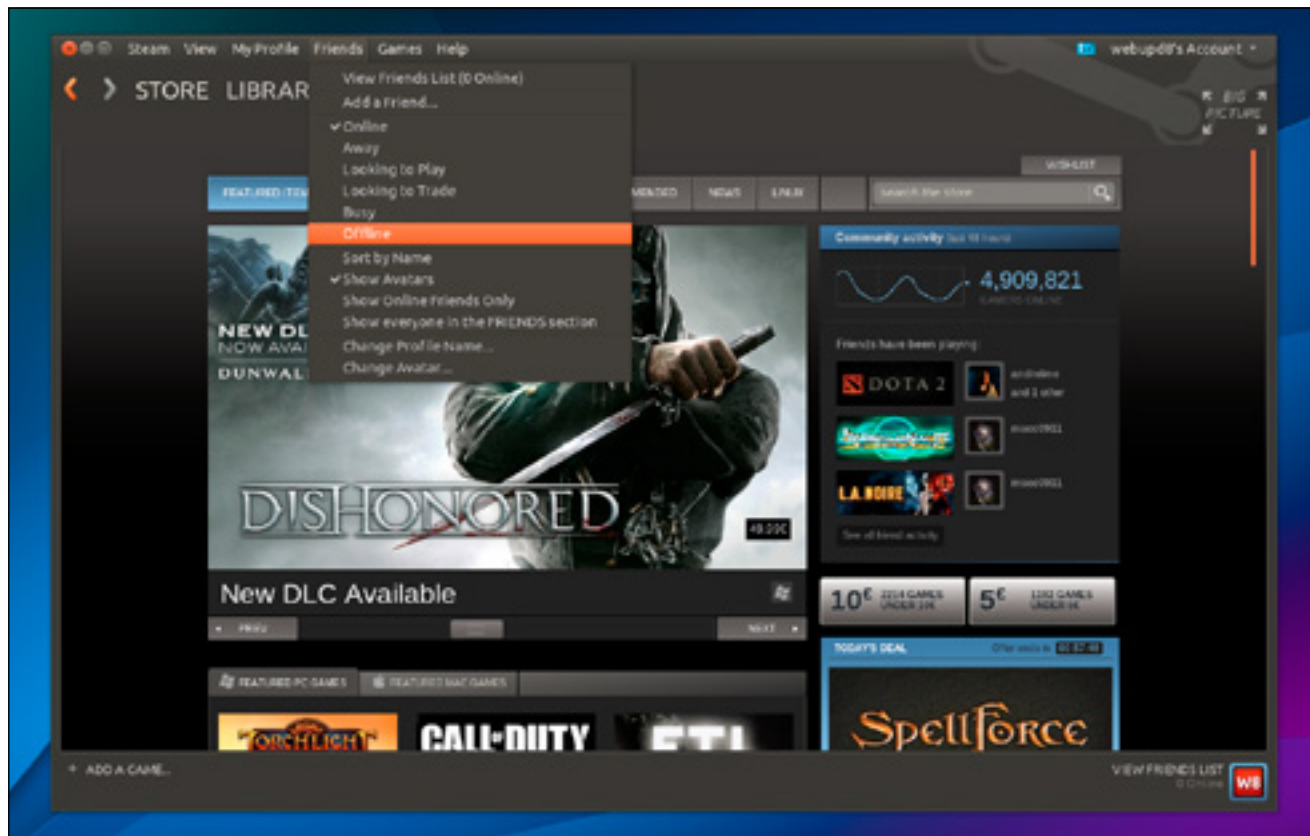
Fashion Resales fra
kendisser til Røde Kors

{ Affiliate
brand betyder
at din story-
telling deles af
mange... }

Velgørenhed omtanke
fashion Accessories
Ansvarlighed resales bæredygtighed
Kvinder genbrug
tøj
secondhand
sko

HUSK
fri fragt ved
køb over
500 kr

STEAM som er ejet af Valve er et gaming site, hvor brugere kan købe licenser til spil, og indgå i det digitale community. Gennem sitets workshop feature kan brugere aktivt deltage i at udvikle og forbedre spillene og dele deres viden og erfaringer med andre brugere. Hvis man har downloadet Steam kan man også spille imod andre brugere, få teknisk support og indgå i diskussioner.



STEAM:
"3,685,894 gamere
online 793,722 i spil"

{ Netværket
er mest
interessant
i andet og
tredje led... }

"I made it myself" styrker
Steambrugerens følelsesmæssige
engagement i spillene

Boutine er en online social sharing og buying platform for stylists, designers og shoppers. Stylists skaber deres egen virtuelle forretning, deler deres inventar på andre sociale medieplatforme og tjener 10% af alt, de sælger. Ligeledes kan nye designere bruge sitet som online salgsplatform og shopperne kan få inspiration fra både venner og ukendte stylists.

{ De sociale
forbilleder
sælger... }

Your Connection to Emerging Fashion

GET STARTED ▶

- 1 STYLE** STYLE COLLECTIONS WITH INVENTORY FROM EMERGING DESIGNERS
- 2 SHARE** SHARE YOUR COLLECTION VIA SOCIAL MEDIA
- 3 EARN** IF AN ITEM IS BOUGHT FROM YOUR STORE, YOU EARN 10% COMMISSION

Boutine tilbyder personlig og social identitet for både stylists, designers og shoppers

På Boutine kan alle være stylists på kommission!

VALUE FOR MONEY – FØRST OG SIDST

[http:// www.alibaba.com](http://www.alibaba.com)

[http:// www.fremtidforskern.dk/forbruger-vil-ikke-betale/](http://www.fremtidforskern.dk/forbruger-vil-ikke-betale/)

[http:// www.jobindex.dk/cms/Kaprer-kunder-paa-discount-look%20](http://www.jobindex.dk/cms/Kaprer-kunder-paa-discount-look%20)



101001
01001101101
10TRENDS110
011011010
001110
10
TREND

Soft og hard discount er den vigtigste danske retail trend de seneste 20 år

Soft og hard discount vinder frem på dagligvareområdet – alle andre taber. På udvalgsvarer ser vi HM, IKEA, Tiger m.fl. Med alle de service forfremmende muligheder, de digitale forbrugertendenser peger i retning af, er der en vigtig modbalance i discountgenren. Idealismen

rækker sjældent helt til pengepungen. Vi blander i stor stil luksus og genbrug. Og mellembrandet sælger allerbedst, præsenteret ved siden af det eksklusive højværdi brand. Vi sammenligner priser og parallelimporterer direkte fra Asien.

101001
01001101101
10TRENDS110
011011010
001110

10

1# CASE

Pricerunner har signaleret epoken for prisgennemsigtighed



Kunden kan shoppe rundt mens du er på lageret!

Med en smartphone i hånden sker prissammenligningen, mens du leder efter andre størrelser i baglokalet. Forbrugerens prisfølsomhed afhænger meget af bekvemmelighed og servicekonceptets sammensætning. Uden et servicelag er der kun en vej – billigst.

{ Blød discount balancerer high end.

101001
01001101101
10TRENDS110
011011010
0011110

10

2[#] CASE



Du finder leverandøren
på Alibaba.com



**Upload blueprint
og modtag
bestillingen på
en palle!**

Med navn der bringer minder til en arabisk basar er scenen slået an. Asiatiske og andre ny-vækst lande er klar til at levere enddog meget små sendinger af produktion på bestilling. 3D print kan ligge om hjørnet, men

her har du potentielt din digitale forbruger som konkurrent i dag. Endnu er området svært at holde reguleret og ophavsrettigheder har svære fremtidsudsigter.

47

101001
01001101101
10TRENDS110
011011010
001110

10

3# CASE

Kombinationen af det virkelig billige, virkelig brugte, virkelig skødesløse med et twist af klasse i form af et unikt stykke accessory. Igen bliver luksus og unik identitet støttet af det absolut billige alternativ.

Det er blevet et hit at "dresse nedad"

{Transparens
i pris...}

Normcore i stor stil



Service Platform

Hæftet her er fremstillet maj 2014 på vegne af Service Platform. Service Platform etablerer relationer mellem forskere og virksomheder om serviceinnovation, således at virksomheder får smidig og målrettet adgang til forskningsbaseret viden om serviceinnovation.

Service Platform spreder viden og erfaringer om service potentiale, som værdiskabende faktor i danske servicevirksomheder.

Service Platform sikrer, at viden og erfaringer om serviceinnovation forankres til danske virksomheder, således at virksomheder ved, hvordan serviceinnovation kan integreres i deres forretningsudviklingsaktiviteter.

Service Platform er et af i alt 23 nationale innovationsnetværk støttet af Styrelsen for Forskning og Innovation.

Tænketanken bag består af medlemmer fra Force, Institutet for Fremtidsforskning, Delta, Meme-maker, Alexandra Institutet og Development Center UMT.

Indholdet er blevet præsenteret på to gå-hjemmøder arrangeret af Dansk Erhverv.

Udgiver:

Innovationsnetværket Service Platform

www.serviceplatform.dk

Kontakt: anne@innonetlifestyle.com

© Service Platform maj 2014








Tilrettelæggelse og layout:

Grafisk design/Birgitte Berg-munch.dk

Birgitte@berg-munch.dk

Birgitte Bjerregaard, Bnordic.dk

bb@bnordic.dk

DANSK ERHVERV	http:// www.danskerhverv.dk	
ALEXANDRA INSTITUTTET	http:// www.alexandra.dk	
DELTA	http:// www.delta.dk	
FORCE	http:// www.forcetechnology.com/da/Menu/Services/Anvendt-psykologi/Forbrugerpsykologi/	
INSTITUTTET FOR FREMTIDS-FORSKNING	http:// www.cifs.dk	
MEMEMAKER	http:// mememaker.com	
UMT DEVELOPMENT CENTER	http:// innonetlifestyle.com	
SERVICE PLATFORM	http:// www.serviceplatform.dk	