

# DE (DIGITALE) TRENDS VAN 2007

**Wat zijn de trends van volgend jaar? Trends die direct effect hebben op ons dagelijkse leven en op REAAL als bedrijf en merk. We vroegen het aan Erwin van Lun; futuroloog en trendwatcher.**

Erwin is een boeiende gesprekspartner. Terwijl we samen de trends voor 2007 verkennen, schieten de ruwe ideeën – ook voor REAAL – over tafel. Denkend aan 2007, ziet Erwin zeven belangrijke trends, we bespreken er drie. De opkomst van chat, integratie van TV en internet en tot slot de verdere professionalisering van social networking.

## CUSTOMER SELF SERVICE

Het gebruik van chat via (MSN) Messenger of een chatbox is niet dé trend van 2007. Maar dienstverleners die gaan chatten, dat is wat komend jaar wél gaat doorbreken. Erwin: 'Neem bijvoorbeeld verzekeraars. Die kunnen perfect via chat met klanten en relaties communiceren. Een chatbot (een automatisch antwoordgevend chatfunctie, red. 100%) vangt de "standaard vragen" af en als het voor deze chatbot te lastig wordt, dan word je doorgezet naar een echt mens, chattend vanuit het contact center. Customer Self Service ten top.' Erwin verwacht dat het komende jaar verzekeraars en andere dienstverleners de mogelijkheden van chat verder gaan verkennen. 'En daarmee lopen we voorop in Nederland ten opzichte van de rest van de wereld. De technologie en de bekendheid met chatbots is hier verder dan waar dan ook.'

## INTEGRATIE TV EN INTERNET

Het wordt al jaren geroepen. TV en internet gaan integreren. De opkomst van YouTube en Uitzendinggemist.nl geven dat al een beetje aan. Erwin denkt dat het komende jaar echt serieus gaat doorbreken. En waarom het nu pas echt doorbreekt? 'Er waren twee remmende factoren tot nu toe. De techniek en juridische regelgeving. Er komen nu langzaam apparaten op de markt die betaalbaar zijn en werken. Het moet zo simpel zijn als een iPod, het zou me ook niets verbazen als het juist Apple is dat deze doorbraak gaat faciliteren. En ook de vernieuwing van juridische regelgeving

zal sneller opgepakt worden met het groeiende succes van bijvoorbeeld een YouTube.'

## SOCIAL NETWORKING

Netwerken doen we al honderden jaren. Of het nu op de vrijdagmiddagborrel is of op congressen. "In real life" met echte mensen en echt bier en bitterballen. Maar inmiddels zijn ook steeds meer mensen lid van een online social network. Denk aan netwerken als Hyves, Spaces, MySpace en LinkedIn. Jongeren, maar zeker ook ouderen, zijn het afgelopen jaar massaal "vrienden gaan maken". Zelfs politici als Bos en Balkenende hebben een Hyves pagina die een rol speelde in hun campagne. Erwin denkt dat de social network trend komend jaar niet alleen doorgezet wordt, maar vooral verder gaat professionaliseren.

'Interessant is dat er een koppeling gaat komen tussen 'online' en real life. Je ziet nu al headhunters massaal gebruik maken van profielpagina's van kandidaten. Bedrijven als REAAL moeten zich nu gaan afvragen of ze ook niet een sociaal netwerk moeten gaan opbouwen. Ofaansluiten of inhaken bij een bestaand groot netwerk.'

Ook denkt Erwin dat er interessante combinaties, overnames of fusies gaan ontstaan. 'Je ziet dat Hyves al een eigen "instant messenger" heeft ontwikkeld, Microsoft heeft naast (MSN) Messenger ook hun Spaces en Google kan haar recente aankoop YouTube en Blogger mogelijk integreren met Google Talk. En stel je eens voor als een bedrijf dat groot is in CRM gaat samenwerken met een social network partij. Dan ontstaan er zeer mooie mogelijkheden voor bedrijven om ook commercieel een stap te zetten binnen deze trend.'

Er is overigens al een "REAAL Hyve" en een SNS REAAL Hyve. Een klein social network waar enkele Realisten elkaar al hebben gevonden. Ga naar Hyves.nl en zoek binnen de Hyves op "REAAL".

Tot slot van het gesprek geeft Erwin nog even dé trend van 2008 mee. 'Sprakherkenning. Ze zijn er al jaren mee bezig, maar in 2008 gaat het echt doorbreken.'

## MARKETEER ON A MISSION

Het is de missie van Erwin van Lun om marketeers te helpen toegevoegde waarde te creëren in het leven van consumenten. Erwin doet dit allemaal vanuit zijn visie op de toekomst van maatschappij, mensen, media-, marketing- en merken.

Na een studie aan de TU Delft werkte hij tien jaar voor ICT bedrijf CMG (nu LogicaCMG) in zowel ICT als marketing functies. Daarna behaalde hij nog een Master of Brand Management aan de Erasmus Universiteit Rotterdam. Erwin schreef het boek 'Van Massamerk naar Mensmerk' dat inmiddels ook in het hogere onderwijs als lesmateriaal gebruikt wordt. Hij blogt op onder andere molblog.nl, marketingfacts.nl en zijn eigen weblog mensmerk.nl.

Van Lun demonstreert muziekinnovatie: de nieuwe stereoset

