



**PETER  
HESHOF  
EN MIRJAM  
SLOTHOUBER  
(TO BLOOM)**

Na jarenlange ervaring als marketeers in de FMCG-wereld richtten Peter Heshof en Mirjam Slothouber in april 2003 Bloom op, een 'buro voor strategische marketing innovatie'.



Het duo zag vanuit hun praktijkervaring dat er veel hocus pocus plaatsvond in het proces van 'het tot bloei brengen van merken via innovatie en activatie'.

Met Bloom hebben zij gekozen voor 'Focus Pocus': zij 'structuren, faciliteren en inspireren in het proces om te komen tot gerichte innovatie en activatie'. Hun kracht ligt in het signaleren van 'tijdgeesttrends' en de vertaalslag van trends naar merk en markt. Hun werk bestaat voornamelijk uit: "Vanuit trendanalyse, samen met de klant, de vertaalslag maken naar positionering, innovatie en communicatie."

**BELANGRIJKE KLANTEN?** Unilever, Sara Lee, Achmea, Rabobank, Robeco, NCRV, Grolsch, Bacardi-Martini.

**WAAROM IS TRENDWATCHING BELANGRIJK?**

"Omdat tijdgeesttrends de belangrijkste koersbepaler zijn voor de strategie om je merk te laten groeien. Je ontdekt nieuwe groeikansen voor je merk als je inzicht hebt op de tijdgeestontwikkelingen in de maatschappij en bij de consument."

**TOEKOMSTVISIE?** "Een verdere afbrokkeling van de individualistische egowereld en een verschuiving naar een sociale wereld, waar samen doen, samen ondernemen en samen de wereld veranderen leidend zullen zijn. We beseffen dat de talloze crisissen die allemaal te maken hebben met schaarste (van water, voedsel, energie, grondstoffen, geld), niet meer op de oude manier kunnen worden opgelost, ze vragen om een gemeenschappelijke aanpak. Er ontstaan nieuwe vormen van samenwerking (vanuit een gemeenschappelijk belang) die leiden tot een herverdeling van kennis, macht en inkomen. Deze vernieuwingen en veranderingen zullen leiden tot nieuw optimisme, idealen en positiviteit in onze wereld."

Richting 2020 zullen we nog een goede tijd meemaken. De opkomst van nieuwe landen (China, India) en nieuwe technologieën (nano, robotics, gen) zal leiden tot forse economische groei en welvaart in de gehele wereld. En de crisissen van schaarste zullen we samen oplossen middels gemeenschappelijke oplossingen.

Richting 2030 zullen we echter slechte tijden gaan beleven. Omdat de economische groei heeft geleid tot te veel mensen op deze planeet die verwend zijn geraakt aan te veel welvaart en moeite hebben om een stapje terug te doen. De schaarste (aan water, voedsel, energie, grondstoffen) die voorheen samen in overleg (al polderend) kon worden opgelost, zal zo nijpend zijn dat er conflicten zullen ontstaan, soms zelfs oorlogen."

**BESTE VOORSPELLING IN DE AFGELOPEN JAREN?**

"De opkomst van de bottom-up samenleving, waarin mensen onderling gaan delen (kennis, ervaring) en samen gaan ondernemen en creëren."

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