

Consument is Producent

11-01-2008 00:00

De consument als monddode eindgebruiker bestaat niet meer. Kopers kunnen producten, merken en diensten maken óf breken.

Met dank aan internet, of beter gezegd, Web 2.0. Sommige bedrijven spelen hier handig op in door consumenten in te zetten voor productontwikkeling, merkbouw of marketing. Maar er bestaat ook huiver. Co-creation: eerlijk zullen we alles delen.

Je hebt net je fiets op Marktplaats te koop gezet en checkt even of er nog een krabbel is achtergelaten op je Hyves. Nu je toch online bent kun je ook nog 'ff' snel op YouTube kijken voor dat ene filmpje van Jimi Hendrix waar je collega's het gisteren over hadden. Wat was zijn grootste hit ook al weer, vraag je jezelf af en surft razendsnel naar Wikipedia.

We zijn het ons nauwelijks bewust, maar tegenwoordig delen we alles wat we maar kwijt willen met elkaar. Of het nou om persoonlijke informatie gaat, filmpjes, ervaringen, weetjes of meningen. We zijn zelfs bereid mee te denken met producenten en professionele organisaties. Heeft de evolutie de mens intussen gevormd tot een supersociaal wezen? Een gemakkelijke gedachte, maar er zijn andere krachten aan het werk.

Het gehele artikel is te lezen in het januarinumnummer van RetailTrends

Een jaarabonnement op RetailTrends? Klik [hier](#).

U kunt vrijblijvend een proefnummer aanvragen via sales@retailtrends.nl.