

CONNAÎTRE SA CIBLE

Nul besoin de viser toute la terre entière pour vendre. Votre marque ne plaira pas à certains et d'autres voudront acheter toute la collection ! L'essentiel est de connaître votre cible afin de mieux échanger avec elle. Quelques pistes pour démarrer votre étude...

SITUATION

Célibataire ? Mariée ? Age ? Enfants ? Centre-ville, périphérie ou campagne ?
Top 5 des métiers ?

LIFESTYLE

Appartement, maison, pas d'importance ? Maison moderne ou maison ancienne ?
Quel magazine lit-elle ? Ses films préférés ? Plutôt théâtre ou concert ? Bière ou vin ?
Comment passe-t-elle ses vacances ? Plutôt gâteau fait maison ou acheté tout prêt ?
Quelle voiture pourrait-elle avoir ? A-t-elle des animaux de compagnie ?

COMPORTEMENT D'ACHAT DE VÊTEMENT

N'achète que du neuf ? Fait de la location ? Achète souvent sur Vinted ?
Son budget mensuel pour les vêtements ? Son budget max pour un jean ?
A quoi ressemble son dressing type ? Quel serait son style de bijoux/accessoires ?
Quelle relation la cible a-t-elle avec le port du vêtement ? Confort avant tout ?
A-t-elle l'habitude de regarder la composition des vêtements ? Fonctionne par coup de cœur ? Achète seulement sur internet ou préfère l'expérience en boutique ?

MESURER

Combien de femmes en France ? Combien ont l'âge souhaité par votre marque ?
Combien sont professeurs, artistes, dirigeante (en fonction des métiers de la cible) ?
Combien vivent dans les 10 grandes villes françaises ou en campagne ?
Si la cible lit tel magazine, connaître le nb de lecteurs si possible.
Si la cible suit forcément tel compte Instagram, combien d'abonnés à ce compte ?
Il existe plein d'autres façons de quantifier sa cible afin de se rendre compte du potentiel du marché.