Para se ter sucesso dentro de um nicho mais específico, é necessário que a sua marca converse com aquele público de forma a deixar claros os benefícios que ela trará a ele. Dessa forma, existem diversas maneiras de encontrar o caminho correto para o posicionamento da marca dentro do mercado. O DT é uma das ferramentas que se pode utilizar para chegar a uma resposta clara do que deve ser feito.

Por exemplo, se a empresa é focada em produtos veganos, poderia ter um posicionamento voltado a causas ativistas e cruelty-free, assim como uma proximidade maior com órgãos fiscalizadores ao redor do mundo que possam demonstrar a importância da causa.