

När jag designade min app var min tanke att det skulle vara en enkel app som talade till de i min målgrupp. I den finns det en önskan om att kunna shoppa flera olika typer av varor på en och samma sida.

Jag såg framför mig att det skulle vara en internationell sida men i huvudsak för de skandinaviska länderna. Den ska förmedla en känsla av high-end shopping men till överkomliga priser.

Vad gäller typsnitt och färgval har jag försökt hålla mig till några få olika, detta för att förmedla en enkelhet.

Bilderna ska även de förmedla känslan av stil och enkelhet, dock har det varit svårare då de även ska visa produkter och inte bara vara stilfulla.

## MÅLGRUPPSANALYS

Målgruppen för fLuX är i huvudsak kvinnor i åldern 20-40.

De bor i en större stad i primärt Sverige, men kan även vara bosatta i övriga skandinaviska länder.

De bor antingen i singel- eller parhushåll och den övervägande delen har inte barn.

Inkomsten är över medel till hög.

De jobbar främst på kontor inom administration, ekonomi, juridik eller media.

Den övervägande delen är födda i Sverige.

Det finns ett stort intresse för en hälsosam livsstil med träning, mat och hållbarhet i fokus.

På fritiden umgås de gärna med sina vänner och tar del av olika former av kulturyttringar.

Övriga fritidsintressen är heminredning. En stor del av fritiden läggs också på sociala medier.

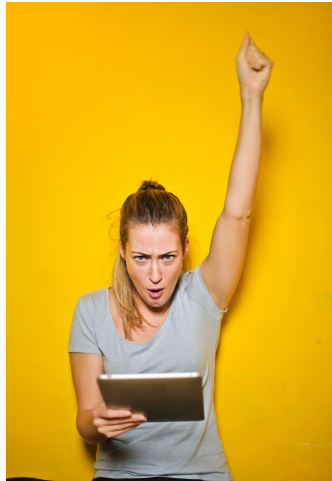
För målgruppen är miljöfrågor viktiga och framför allt klimatet.

De föredrar de märken metoder som utstrålar att de är månar om samma sak som de själva. Dessa kan uttryckas med ord som: hållbar, rättvis, klimatkompenserad, klimatmedveten, fairtrade, inkluderande.

När det kommer till märken föredrar de etablerade märken som de känner till sen en längre tid tillbaka. Dock är de mycket medvetna och trendkänsliga och när nya märken eller produkter ses som "rätt" tar de dem gärna till sig.

Målgruppen är stora användare av framför allt mobiltelefonen och det som lockar dem mest är sociala medier och shoppingsidor.

## LYXIGA LISA



“När jag shoppar vill jag ha en känsla av att jag lever ett lyxigt liv”

**Ålder:** 38

**Jobbar som:** Administratör på Carnegie

**Civilstånd:** Gift med Calle

**Bostadsort:** Tyresö

**Personlighetsdrag:** Universitetsutbildad med medelinkomst, vill gärna leva ett liv med en lyxig touch.

## MÄRKEN



## INFORMATIONSKANALER

- Internet & sociala medier
- TV-reklam
- Erbjudanden via mail, post etc.

## FÖREDRAGNA ENHETER

- Iphone 8
- Ipad Pro
- MacBook Pro 16”

## DRIVKRAFTER

- Uppskattande kommentarer om kläder och accessoarer både i vardagen men även på sociala medier rörande kläder, accessoarer och inredning.

- Känslan av att få gå till Direkten för att hämta ut det hon beställt.

## MÅL

- En app som samlar alla hennes shopping-intressen i en.
- Vill ha en smidig shopping-upplevelse från det att hon söker på nätet till att hon hämtat ut sitt paket.
- Uppskattar de lojalitetsprogram som finns hos många märken och shoppar gärna hos dem där hon belönas med exklusiva erbjudanden, premiärer etc.

## FRUSTRATIONER

- Postnords dåliga service
- Att behöva handla på flera olika ställen
- Hinna med att handla i butiker

## SNABBA SARA



“När jag shoppar vet jag vad jag vill ha och då ska det gå snabbt”

**Ålder:** 32

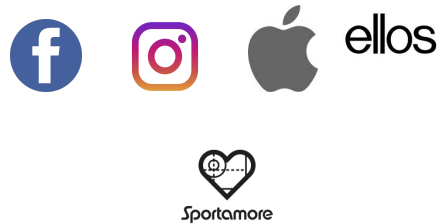
**Jobbar som:** Revenue Manager på Volvo

**Civilstånd:** Sambo med Thomas, två barn

**Bostadsort:** Nacka Strand

**Personlighetsdrag:** Yh-utbildad med med en inkomst strax över medel. Tycker om att leva ett aktivt liv där det händer mycket snabbt.

## MÄRKEN



## INFORMATIONS- KANALER

- Bloggar & sociala medier
- Nätverk av vänner
- Youtube

## FÖREDRAGNA ENHETER

- Iphone 11 Pro Max
- Ipad mini
- MacBook Air

## DRIVKRAFTER

- Få uppskattande kommentarer ffa i sociala medier
- Förmedla en hälsosam livsstil
- Att det ska bli som hon vill

## MÅL

- Vill att det ska gå snabbt att shoppa på nätet.
- Vill att de märken som hon handlar ska gå i linje med de senaste trenderna när det gäller miljö, hållbarhet och rättvisa.
- Att uppfattas som kroppsmedveten och samtidigt levandes “the good life” med mat, vin och spa-besök bland annat.

## FRUSTRATIONER

- Postnords dåliga service
- Att behöva handla på flera olika ställen
- Dålig kundservice

## HELIGA HELENA



“Jag älskar vintage heminredning och tycker återbruk är ett bra sätt att värna om den enda jord vi har”

**Ålder:** 35

**Jobbar som:** HR-konsult på Sjöfartsmuséet

**Civilstånd:** Gift med Jens, tre barn

**Bostadsort:** Björlanda (utanför Göteborg)

**Personlighetsdrag:** Familjemänniska som tycker det är viktigt att tänka på miljön, men när det kommer till shopping är egentligen det viktiga att hitta det där superfyndet före alla andra.

## MÄRKEN



Samsung  
GALAXY

*& other Stories*

**Vestiaire Collective**

## INFORMATIONS-

### KANALER

- Bloggar & sociala medier
- Nätverk av vänner

## FÖREDRAGNA

### ENHETER

- Samsung Galaxy S
- Ipad mini
- Dell Xps 13

## DRIVKRAFTER

- Göra det rätta med tanke på miljö, rättvisa och hållbarhet
- Göra unika fynd, särskilt när det gäller vintage.

## MÅL

- Vill att det ska gå snabbt att shoppa på nätet.
- Vill att de märken som hon handlar ska gå i linje med de senaste trenderna när det gäller miljö, hållbarhet och rättvisa.
- Att uppfattas som en person med en hög moralisk standard.

## FRUSTRATIONER

- Postnords dåliga service
- Klimatpåverkan genom shopping (eller hur det ska uppfattas)
- Att fraktkostnaden för större objekt ofta blir kostsam.