Week4 작성 내용

|  |  |
| --- | --- |
| 시장 흐름에 대한 의견 | · 좋아하는 일상복: '나이키'(6.5%), 여성은 '자라(ZARA)'... 20년간 국내 브랜드 입지 약화(출처: 한국갤럽)  => 이러한 의견으로 보아, 현재 나이키가 일상복(티셔츠)의 비중이 높았으며, 여성은 자라(ZARA)의 티셔츠 브랜드 비중이 높았음 |

1.시장 흐름 파악

2. 제품 특성 파악

-> 현재 티셔츠는 제품수명주기에 의하면 성숙기에 해당. 그러나 현재 특수 목적(방수 가능 제품)을 두고 있기에 성장기가 가능함.

텍스트, 폰트, 스크린샷, 화이트이(가) 표시된 사진

AI 생성 콘텐츠는 정확하지 않을 수 있습니다.

3. 목표 소비자 조사

|  |  |
| --- | --- |
| 누가 | 20대~40대의 직장인 및 프리랜서 |
| 무엇을 | 남성:나이키  여성:자라(ZARA) |
| 왜 | 소재와 기능성에 중점을 두고 있으나,  일부는 패션 표현 및 개성을 두고있음 |
| 어디서 | 인터넷 쇼핑몰이 주로 이루고 있음.  가끔 오프라인 결재 고객도 보이고 있음 |
| 언제 | 일상복의 경우 직장인은 주로 주말에,  프리랜서는 편한 시간대에 구입(평일 주말 상관 X) |
| 어떻게 | 고객들은 주로 할인행사나 할부 가능 조건이 되있는 환경에서 구매하고 싶어함 |