2) تعیین نیازهای مشتریان: تحقیقاتی در Harvard Business Review پنج مزیت خاصی را که مصرف کنندگان بیشتر از خرده فروشان مد و لباس می خواهند، مشخص کرد که عبارتند از:

* کیفیت: طبق مطالعات مهم‌ترین عاملی که بر حمایت از مشتری تاثیرگذار است، کیفیت محصول می‌باشد. همچنین این عامل می‌تواند یک مزیت رقابتی مهم در قبال پلتفرم‌ها و پیج‌ها و سایت‌های فروش لباسی باشد، که کالای ارزان، بی کیفیت و fast-fashion به فروش می‌رسانند.
* تنوع: باتوجه به اینکه امروزه پلتفرم‌های متنوعی برای خرید لباس وجود دارند؛ از جمله دیجی کالا، پیج‌های اینستاگرامی و ... ، باید با ارائه‌ی محصولات و فروشگاه‌های متنوع دست خریداران برای انتخاب لباس موردنظر خود را باز گذاشت.
* طراحی: کیفیت و تنوع لباس به تنهایی در دنیای امروز کافی نیست. خریداران به دنبال لباس‌هایی با طراحی‌های خاص و ترند هستند.
* صرفه‌جویی در زمان: یکی از دلایل و نیازهای خریداران، صرفه جویی در زمان بدون نیاز به گشتن در تعداد زیادی فروشگاه فیزیکی و طی کردن مسیر و صرف هزینه و زمان زیاد به منظور یافتن محصول موردنظر خود است. پس بخش مربوط به فروشگاه‌ها و دسته بندی لباس‌ها باید به گونه‌ای باشد که مشتری در زمان کمی محصول مدنظر خود را پیدا کند و اقدام به تهیه آن کند.
* آسان بودن فرآیند خرید: فرآیند خرید باید ساده باشد، ثبت نام در سایت، اضافه کردن محصول به سبد خرید، پرداخت آنلاین، تکمیل خرید و موارد مربوط به ارسال، همگی باید در یک بستر یوزر فرندلی و ساده صورت گیرد.
* همچنین ضمانت از مواردی می‌باشد که در این تحقیق مستقیما به آن اشاره نشده‌است اما باتوجه به اینکه مشتری لباس را پرو نمی‌کند، مشتری باید بتواند لباس خود را پس دهد و یا تعویض کند، پس باید امکان مرجوعی کالا و یا تعویض آن را طبق قوانین خرید اینترنتی تا 7 روز فراهم کنیم.

ارزش‌هایی که برای مشتریان به ارمغان می‌آوریم:

* انجام کامل کار (fulfillment): خلق ارزش می‌تواند به‌سادگی از طریق کمک به انجام کامل کار برای مشتریان انجام شود. مشتریان می‌توانند تمامی مراحل مربوط به انتخاب، مقایسه، سفارش، خرید و ارسال محصولات را در بستر این پلتفرم بدون نیاز به مراجعه به فروشگاه‌ها و صرف هزینه و زمان انجام دهند.
* قیمت (price): یک‌راه متداول برای برآوردن نیازهای بخش‌های مشتری حساس به قیمت، پیشنهادی مشابه به قیمتی کمتر است. با توجه به اینکه مشتریان می‌توانند در این پلتفرم قیمت لباس‌ها را در فروشگاه‌های مختلف ببیند و مقایسه کنند؛ درنتیجه امکان انتخاب محصول با کمترین قیمت به‌عنوان ارزش پیشنهادی به مشتریان ارائه می‌شود.
* کاهش هزینه (cost reduction): کمک به مشتریان برای کاهش هزینه‌ها یک‌راه مهم برای ارزش‌آفرینی است. کاهش زمان و هزینه صرف شده برای مشتریان به‌منظور پیدا کردن محصول موردنظر خود ازاین‌جهت که دیگر نیازی به مراجعه به چندین فروشگاه نیست. همچنین فروشندگان نیز با دسترسی به این پلتفرم دیگر نیازی به ایجاد سایت یا صفحه‌ای به‌صورت مستقل و صرف هزینه در جهت ایجاد، تبلیغات و پشتیبانی و... نخواهند داشت؛ درنتیجه موجب بهبود عملکرد و کاهش هزینه‌ها به‌منظور فروش آنلاین لباس می‌شود.
* کاهش ریسک (risk reduction): مشتریان برای کاهش ریسکی که در هنگام خرید محصولات یا خدمات متحمل می‌شوند، ارزش قائل هستند. مشتریان با بازدید صفحات فروشندگان، نمونه کارهای آنان، امتیاز و نظرات مشتریان بهترین و کم ریسک‌ترین فروشنده‌ها را انتخاب می‌کنند.