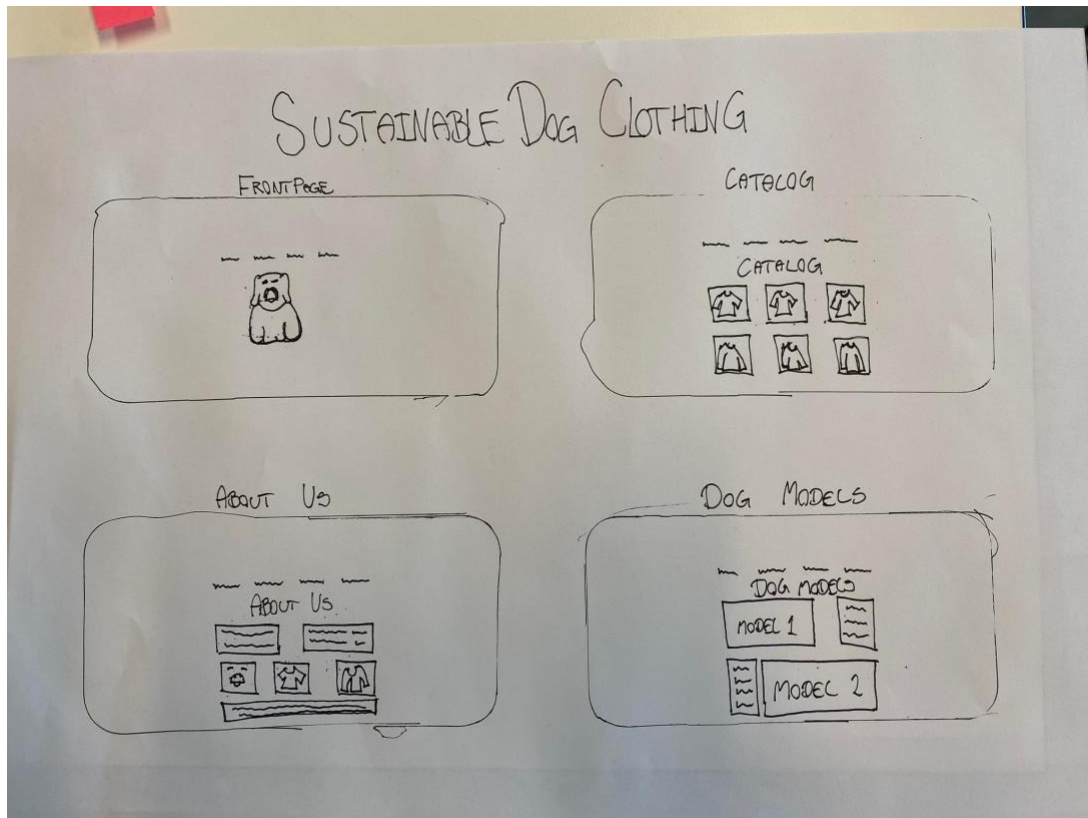


Carl Sørensen

MMD. Prototype 19.3.2023

<https://xd.adobe.com/view/551e4187-eb87-48d7-9ef0-96678d886026-004d/>



Lightning Demo



Inspiration fra: sparkpaws.eu

Ideas

Hundetøj økologisk og bæredygtigt

Hjemmeside skal være MEGET let at bruge og lige til sagen.

Den skal fokusere på at konvertere besøgende til kunde så hurtigt som muligt.

Blødt og sejt udtryk på hjemmesiden.

Moderne og minimalistisk opbygning.

Brug af 3d modeller, bløde farver og kontraster.

“Let” hjemmeside.

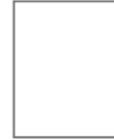


Font

Helvetica Neue

Light, Regular & **Bold**

Shapes



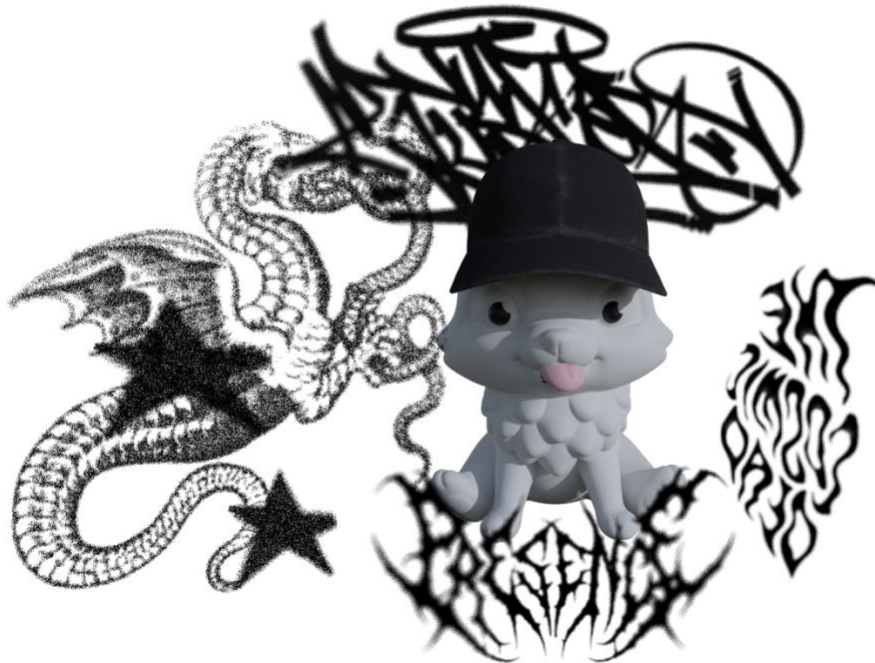
Colors

#262627

#707070

#442324

#2F2547



Indledende research

Præsentation af research udført af Carl Sørensen

Desk research

Emne: T-shirts til hunde

Research af et allerede eksisterende og dokumenteret emne, der er nemt at få informationer fra, fra kilder, forskning mm. Der allerede er eksekveret indenfor området.

Research lavet ved at undersøge markedets allerede eksisterende forretninger og andre kilder indenfor området med det overordnede emne "dog clothing/t-shirts" – Der er blevet kigget på de førende indenfor markedet, hvor jeg fandt frem til at bla. Petco.com ranker højest på google, men hvor et brand som H&M selvfølgelig også dominerer markedet, SEO mæssigt ranker de i hvert fald som nr. 3.

Det er altså et marked med allerede store spillere, men det lader til, at der mangler mere unikke designs, hvilket der allerede findes til mennesker, og det er dette jeg vil tage udgangspunkt i og se om jeg kan skabe noget godt ud fra.

Indsigter: Desk research

Emne: Dog clothing

Indsigt 1:

Stigende efterspørgsel

Indsigt 2:

Allerede et bredt og stort marked

Indsigt 3:

Hunde humaniseres og ikklædes tøj som forbrugeren selv ville benytte sig af.

Indsigt 4:

Sociale medier har stor indflydelse på markedet.

Indsigt 5:

Konstant innovation og udvikling indenfor området.

Indsigt 6:

Eco-friendly og bæredygtigt hundetøj er også blevet aktuelt.

Indsigt 7:

Også stort potentiale indenfor personalisering af tøjet.

Indsigt 8:

Konkurrencedygtigt marked.

Indsigt 9:

Mange forskellige kundesegmenter.

Indsigt 10:

Stadig et stort vækstpotentiale, og det menes at vokste meget mere end det allerede har.

Observation

Emne: Dog Clothing

Metode, hvor data indsamles ved at observere individuelle personer og/eller grupper i et naturligt miljø, hvor intet er poleret. Kunne f.eks. Være i en metro eller et storcenter.

Vedr. design trends indenfor dog clothing er der blevet observeret det offentlige rum, hvor der er blevet lagt mærke til hvordan forskellige hundeejere entent vælger eller fravælger at ikklæde deres hunde tøj. Derudover er der blevet kigget på hvilke former for tøj og farver, der går igen. Her har sociale medier også været en naturlig observationskanal, hvor hundeejere oftest er glade for at poste billeder og videoer af deres hunde, f.eks. Iklædt deres nyeste bestanddel.

Indsigter: Observation

Emne: Dog Clothing

Indsigt 1:

Hunds tøjstil – Ejers tøjstil

Indsigt 2:

Funktionelt tøj, specielt for tiden. F.eks. jakker

Indsigt 3:

Små hunde er oftest de mest fashionable.

Indsigt 4:

Koordinering af outfit med hundens ses.

Indsigt 5:

Oftest farverige tøjdele.

Indsigt 6:

Naturlige og bæredygtige materialer.

Indsigt 7:

Tøj med citater

Indsigt 8:

Hunde med egne instagrams hvor de er influencere.

Indsigt 9:

En måde for ejeren at vise de elsker deres hund.

Indsigt 10:

Skellet imellem hundetøj og mennesketøj bliver mindre og mindre.

Interview

Emne: Dog clothing

Interview er en række af spørgsmål man kan stille til sine potentielle købere og dem man har som målgruppe for at forstå dem bedre. Dette kan være en fordel da man hermed ved hvilke designs ville være bedst og hvilke f.eks. Annonceringer ville fange dem mest.

Der blev interviewet 4 forskellige hundeejere hvor 3 ud af 4 af disse havde købt tøj til deres hund.

Der blev snakket om motivationer for og imod deres køb, hvorfor gjorde de det/ hvorfor ikke,

Der blev gået i dybden med de hundeejere der havde købt tøj til deres hunde og set nærmere på hvad der skaber et godt hundebrand for dem.

Med hundeejeren, der ikke havde købt (endnu) blev der gået i dybden med, hvad der skulle til for at ejeren muligvis ville overveje at købe tøj til sin hund.

Indsigter: Interview

Emne: Dog Clothing

Indsigt 1:

Tøjkøbere har nem tendens til at foretage endnu et køb.

Indsigt 2:

Ikke-Købere kræver troværdigt brand og kvalitet.

Indsigt 3:

Tøjkøberne ses som mere impulsive personligheder sat op imod ikke-købere

Indsigt 4:

Tøjkøbere shopper deres egen stil til deres hunde

Indsigt 5:

Ikke-købere er mere tilbøjelige til at købe tøj med citater osv. på

Indsigt 6:

Der ses ikke en tendens i køn og tøj køb.

Indsigt 7:

Oftest mere tøj køb til mindre hunde.

Indsigt 8:

Forbrugerne har ikke gjort sig de store økonomiske overvejelser.

Indsigt 9:

Forbrugerne finder det som et klart plus hvis tøjet er bæredygtigt.

Indsigt 10:

Tøjkøberne følger ofte celebrities og influencers, hvor de får vejledning bla. Ift. Det rigtige valg af hundetøj

Survey

Emne: Sustainable dog clothing

En survey er en yderst brugbar metode, der kan bruges til at række vidt ud til et større publikum. Dog er det med denne metode mest brugbart, når der skal bekræftes påstande og hypoteser og ikke så fordelagtigt når disse påstande og hypoteser faktisk skal laves.

Surveyen blev udført vha. en Google Survey, hvor der blev undersøgt om sustainable dog clothing ville være blandt Overvejelserne hos Hundeejere.

Iblandt undersøgelsen var størstedelen allerede hundeejere, hvilket blandt. Skyldes at surveyen blev delt med utallige af hundeejere.

Indsigter: **Survey** Emne: **Sustainable dog clothing**

Indsigt 1:

75% mener bæredygtighed er en stor del af deres beslutning ift. tøj køb

Indsigt 2:

60% mener bæredygtighed er den vigtigste faktor for deres tøj køb.

Indsigt 3:

45% siger social medier, influencere og hunde på sociale medier har indflydelse på deres tøj køb

Indsigt 4:

55% vil gerne betale mere hvis tøjet er bæredygtigt.

Indsigt 5:

Mest populære stoftyper er bomuld, bambus og genanvendt polyester.

Indsigt 6:

70% finder etisk produktion vigtig.

Indsigt 7:

55% ønsker tøjet har unikke designs (hvis det falder i deres smag selvfølgelig)

Indsigt 8:

50% mener at mulighederne ikke er gode ift. Bæredygtigt hundetøj.

Indsigt 9:

80% ønsker et større udvalg af bæredygtigt hundetøj.

Indsigt 10:

65% af hundeejerne mener, at bæredygtigt tøj er sundt for deres hunde.

Koncept 2

Sustainable Dog Clothing

Konceptet startede med blot at være hundetøj med designs. Efter at undersøge nærmere fandt jeg dog ud af at potentialet indenfor dette er større end forventet, specielt hvis dette kombineres med en bæredygtig tilgang,

Derfor er konceptet altså blevet til: "Sustainable dog clothing".

Jeg vil fremadrettet prøve at forstå målgruppen endnu bedre, men indtil videre ved jeg nogle vigtige ting som f.eks:

Buyer Persona:

- Alle Køn, bare de er hundeejere
- Alder 25-40 år (lavet på baggrund af de interviewedes aldre, men vil ses nærmere på specifikke aldre)
- Aktive på sociale medier, specielt tik tok og instagram
- Følger oftest råd fra mikro influencere
- Følger trends og ønsker sammenhæng mellem deres eget og deres hundes tøj
- Går op i bæredygtighed, miljøet og klimaet

Med disse insights på den generelle buyer persona til Sustainable Dog Clothing (må navngives bedre snart) dannes der grundlag for hvordan resten af mit indhold skal designes.

Jeg vil nu undersøge hvad der virker bedst ift. Denne eksakte målgruppe.

Hundetøjsbrandet vil inkludere unikke designs med fokus på bæredygtighed og etiske betingelser.



Model lavet til kommende hjemmeside. Bæredygtig hundehat selvfølgelig.

Kilder

<https://www.globenewswire.com/news-release/2022/09/28/2524289/0/en/The-Global-Pet-Clothing-Market-size-is-expected-to-reach-6-3-billion-by-2028-rising-at-a-market-growth-of-4-0-CAGR-during-the-forecast-period.html>

- The Global Pet Clothing Market size is expected to reach \$6.3 billion by 2028, rising at a market growth of 4.0% CAGR during the forecast period

<https://www.theguardian.com/fashion/2023/jan/21/tail-blazers-fashion-houses-turn-to-pet-clothing-as-humanisation-trend-grows>

- Fashion houses turn to pet clothing as 'humanisation' trend grows

<https://pawsandreflect.blog/fur-moms-and-jackets-oh-my-on-dressing-up-our-dogs/>

- "Fur Moms" and jackets, Oh My: On Dressing Up Our Dogs

<https://shoplil.co/blogs/lilcoblogs/reducing-your-pets-carbon-pawprint-sustainable-and-ethical-dog-clothing-options>

- Reducing Your Pet's Carbon Pawprint: Sustainable and Ethical Dog Clothing

<https://www.yahoo.com/lifestyle/favorite-fashion-influencers-dogs-120000503.html>

- All your new favorite fashion influencers are dogs

https://www.researchgate.net/publication/365047575_The_Core_Value_of_Sustainable_Fashion-A_case_study_on_Market_Gredit

- The Core Value of Sustainable Fashion- A case study on "Market Gredit"

<https://fashionunited.uk/news/fashion/global-market-for-pet-fashion-is-growing/2023013167615>

- Global market for pet fashion is growing

<https://impakter.com/pets-pet-industry-during-covid/>

- Pets and the Pet industry During the Covid Era

"The Covid Era has affected many aspects of life, one of which has been the growth in the pet industry".

<https://blog.cerdagroup.com/en/dog-and-owner-matching-clothes-trend>

- Dog and owner matching clothes, The new Trend for your store

<https://commonthreadco.com/blogs/coachs-corner/pet-industry-trends-growth-ecommerce-marketing>

- Pet Industry Trends, Growth & Statistics in 2022 and Beyond: Unleashing your Ecommerce Pet Marketing Strategies.