

## 03.01.01 Koncept 1

### Afsender

Inside Out er bygget på basis af at nytænke måden brugeren opfatter avisartikler på.

Virksomheden, vil for kunderne skabe et eksklusivt fællesskab.

Inside Out, producere primært t-shirts på abonnements-basis, dog er t-shirtsene eksklusive i form af der kun bliver produceret til de eksisterende abonnenter, således at man ikke kan købe t-shirtsene enkeltvis eller efter endt måned.

### Målgruppe

Målgruppen er baseret ud fra Gallup-kompas segmenter, specifikt **"Det Moderne-individ orienterede segment"**.

En typisk person fra målgruppen lyder som følgende:

*"I det moderne-individorienterede segment finder man de unge, der er med fremme og oppe på beatet. De er dynamiske og karrierelystne og villige til at yde den indsats, der skal til for at nå højt op på karrierestigen. Det er ikke nødvendigvis en kort eller lang akademisk uddannelse, der har banet vejen for deres succes. De netværker gerne via LinkedIn og er også flittige brugere af Twitter og Snapchat."*

*"Personerne i dette segment udgøres hovedsageligt af unge i alderen 20-39 med en klar overrepræsentation af mænd. Geografisk er de jævnt fordelt over hele landet. Mange har endnu ikke stiftet familie og er stadig hyppige brugere af aktiviteter uden for hjemmet. De er synlige i det pulserende gadebillede på cafeer, restauranter, vinbar, diskoteker og biografer. Knaphed på tid karakteriserer det moderne-individorienterede segment, hvorfor der ofte står færdigretter på menuen, hvis de da ikke har købt deres mad ude."*

***"De moderne-individorienterede er stærkt interesseret i erhvervsforhold, hvilket naturligvis også afspejles i deres medievalg, idet Børsen, Finans, Ingeniøren og Penge & Privatøkonomi er hyppigt foretrukne medier. Derudover rangerer Euroman og diverse Bilmagasiner også højt på deres læsepræferenceliste."***

### Produkter

- 1 ny t-shirt pr. måned, hvori der er printet inde i ryggen en artikel. Front og bagside fungerer som udtryk for indholdet af artiklen.
- Yderligere sælger Inside Out accessoires, i form af hør-net som også indeholder mindre artikler som print på stoffet.
- Efter endt sæson vil der udkomme et blad med de 12 artikler, fra de forhenværende måneder

### USP

Eksklusive artikler i tøj