

Fra UX Research til Idé

Dit emne for shoppen

Tanker om målgruppe

- Unge i alderen 16-30 år
- Unisex, både tilgængeligt for mænd og kvinder

Tanker om produkter

- Klassiske, tidsløse
- Pris, 150-250kr
- Bæredygtig
- Collab med kendt brand/design

Tanker om afsender

- Gratis levering, nemt og hurtigt (bæredygtigt)
- Mulighed for mp
- Simpel hjemmeside

Dine problemstillinger/udfordringer/USP ved e-handel/webshops

Folk har en tendens til at handle ved hjemmesider de kender, prøver ikke nyt

- Skal kunne skille sig ud eller være konkurrence dygtig på andet plan
 - o Blandt andet levering, pris, bæredygtighed eller design
- Skal have bestemt design eller kendt brand så folk vil prioritere

Databehandling af de 40 indsigter

Målgruppe:

- Flere kvinder end mænd som kunder
- Unge mennesker er målgruppen for butikken
- 93,9% af respondenter er i alderen mellem 20-25 år.
- 74,2 % af dem der har svaret på spørgeskemaet er kvinder
- Flere kvinder end mænd som kunder
- Unge mennesker er målgruppe for butikken
- Søgning på ordet T-shirt giver i større grad resultater til mænd som målgruppe
- T-shirt er et unisex produkt → derfor spændende at mænd dominerer på markedet hvis man ikke søger på T-shirt til kvinder, kommer der nærmest ingen resultater frem der har kvinder som målgruppe
- Målgruppen er mellem 20-25 år gammel
- Studenter som ikke har så mange penge på jeres konto men er stadig klar til at købe T-shirt til 200 kroner
- Handler online en gang om måneden
- De fleste i min målgruppe handler ind på Zalando og Asos.

Pris/økonomi:

- Prisen er afgørende om man tager tøjet med sig eller hænger det tilbage
- Kvalitet og materiale ift. Pris
- De fleste har et budget for en basic T-shirt, 50-300 kr. (flere grupper i mellem) dominerer svarene
- Forbrugeren sammenligner priser
- Derimod vil flere gerne betale flere penge for en T-shirt med print
- Ca. 63 procent er villig til at betale mere for bæredygtig og fairtrade.
- 56,1% plejer at give 100-300kr for en T-shirt
- 89,4% mener at prisen på levering spiller en rolle for om de ender med at købe en vare
- Cecilie køber meget på udsalg
- Pris spiller en stor rolle når det gælder om at købe T-shirts
- Personlige værdier er meget vigtige for Cecilie at opretholde, dog skal hun nogle gange gå på kompromis pga. økonomien
- De vil betale mindre hvis tøjet er brugt
- De er klar til at betale mere hvis det er nogen kendt design
- De fleste bruger computeren når de handler ind på websitet

Hvornår online frem for fysisk?

- Jeg erfarede at min interview-person primært handler T-shirt i fysiske forretninger, jo mindre de ikke kan fås der.
- De fleste respondenter benytter sig af filtre når de onlineshopper, og det mest benyttede filter er pris, som 57,6% benytter, hvilket klart konkludere at pris spiller en rolle
- Forventes mere E-handel
- Kontinuerligt nye rekorder for E-handel (143 mia. kr. i 2019)
- 51,5% shopper online ca. en gang månedligt, og 36,4% har svaret næsten aldrig, så derfor ikke hyppigt forbrug af online shopping hos mine respondenter
- Når kunderne vil kigge på næsten alt til at finde noget som de kan godt lide
- Folk kan gå over mere på mindre tid online
- Online så har folk noget særligt som de skal købe og hvis de ikke finder det, så køber de i de fleste tilfælde ingenting
- Online kan folk sætte pris filter og flere filtre på til at gøre deres søgning nemmere
- Folk bliver påvirket af reklamer online, mere end i fysisk butik
- Det er nemmere at handle ind online
- Online kan man søge efter lave priser
- Bruger mobilen hvis de kan bruge app til at handle online
- Bruger oplevelsen er meget vigtig ift. hvis de køber eller ikke
- Mange finder noget på instagram og går fra der ind på websiden

Fysiske købsvaner:

- Folk besøger butikker som regel efter arbejde eller skole altså om eftermiddagen
- Der bliver mærket på tøjet
- Det bliver prøvet en del ift. Parfume
- Der skal prøves forskellige ting af inden man tager beslutningen om hvad der skal købes
- Nogle kunder har allerede taget beslutningen om hvad de skal købe inden de træder ind

- Meget stor butik som gør at kunder går rundt og tøver lidt længe da der er mange varer man kan kigge på
- Der bliver ikke snakket så meget med dem der arbejder i butikken
- Får varen med hjem med det samme
- 19,7% handler på nettet yderst sjældent
- Kunderens motivation er at de har fundet noget sejt før og vil de finde noget sejt igen, som måske ingen anden har.
- Bliver ikke påvirket af reklamer

Bæredygtighed:

- Bæredygtighed prioriteres
- Fairtrade og bæredygtighed spiller en rolle ift. valg af brand
- 51,5% spiller bæredygtighed og fairtrade en rolle for, og 63,6% er villige til at betale mere for brands hvor dette forekommer
- Bæredygtighed spiller også en rolle, samt kvalitet og materiale
- Bæredygtighed er ikke en vigtig faktor for 59,1%
- 69,7% vil betale mere for en T-shirt der er bæredygtigt produceret
- Bæredygtighed er i fokus hos unge mennesker
- Etik og bæredygtig produktion er vigtigt
- De vil gerne betale mere for bæredygtig og fairtrade brands
- Fairtrade produkter sælges nogle gange bedre

Bekvemmelighed:

- Overskueligt layout
- Bekvemhed ved at handle i webshop man kender.
- Levering (billigt, hurtigt og nemt)
- Websiten skal være funktionel fra flere devises (desktop, mobil, iPad)
- Nem betaling (så købes der mere)
- Forbrugeren gentager sine køb fra websites de har handlet i før (71% gentagelse, 29% prøver nye shops)
- 71,9% benytter deres computer til at handle online

Hvor handles der?

- Nemt at handle basic ting på samme webshop hvor man ved hvad man får/kender sin størrelse osv. Fx. Mangler T-shirts fra Weekday og kan bestille nemt og hvor man ved hvad man får
- De fleste handler på sider som de allerede kender, som fx Zalando, H&M og Trendsales.
- Cecilie kunne finde på også at bruge Instagram for at finde frem til T-shirts
- Mest populære webshop platforme for selvstændige sælgere er Etsy og Squarespace
- Reklamer for Zalando (nok den hjemmeside der dominerer mest)
- Cecilie køber T-shirts i high-street butikker
- Cecilie køber meget genbrug og bruger DBA og Trendsales som platforme

Forbrugers krav til website:

- For min interviewperson ville det være afgørende, hvis handlen foregik online, at der var billeder med T-shirten på, så den kunne visualiseres.

- Troværdig og SoMe

Type T-shirt:

- De fleste har 'kun' 5-10 T-shirts i deres garderobe
- 43,8% har meget få T-shirts med print, mens resten har hhv. 50/50 eller de fleste med print
- De fleste forbrugere er villige til at betale mere for T-shirts med print.
- Over 21% er villig til at betale 500 + kroner for en T-shirt med print.
- Cecilie vil kun bruge mange penge på specifikke T-shirts
- 2 resultater omkring "design din egen T-shirt" koncept → trendy i øjeblikket
- Basic tees dominerer
- Grafiske T-shirts er ikke så prominente i søgeresultater

Geografi:

- 81,8% er bosiddende i København

Lightning Demos

Inspirations liste

- <https://eytys.com/shop/all/>
- <https://gunnerstahl.bigcartel.com>
- <https://stormfashion.dk>
- <https://sakspotts.com>
- <http://www.rihannanow.com>
- <https://www.woodwood.com>
- <https://soulland.com>
- <https://www.stussy.co.uk>
- <https://www.iconvisions.info>

Udvælg 3 eksempler fra din liste, du vil dele med dit team.

<https://eytys.com/shop/all/>

- Simpelt
- Store billeder
- Unisex, skifter billeder til modsatte køn når musen er henover billeder
- Grå baggrund på billederne, danner ensartet baggrund

<https://www.woodwood.com>

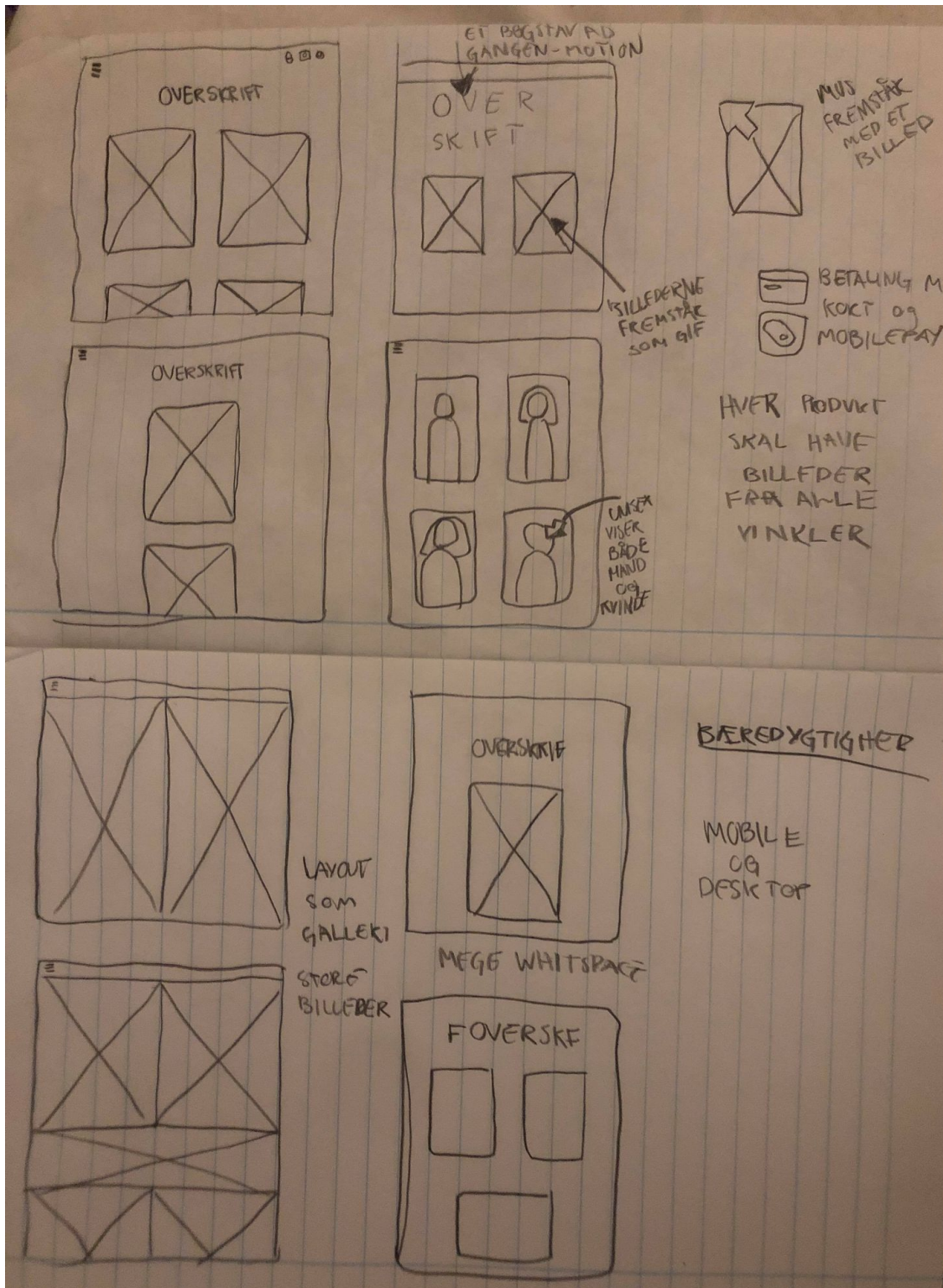
- Motionsart
- Text der ruller over skærmen
- Store billeder
- Musen viser billeder

<https://www.stussy.co.uk>

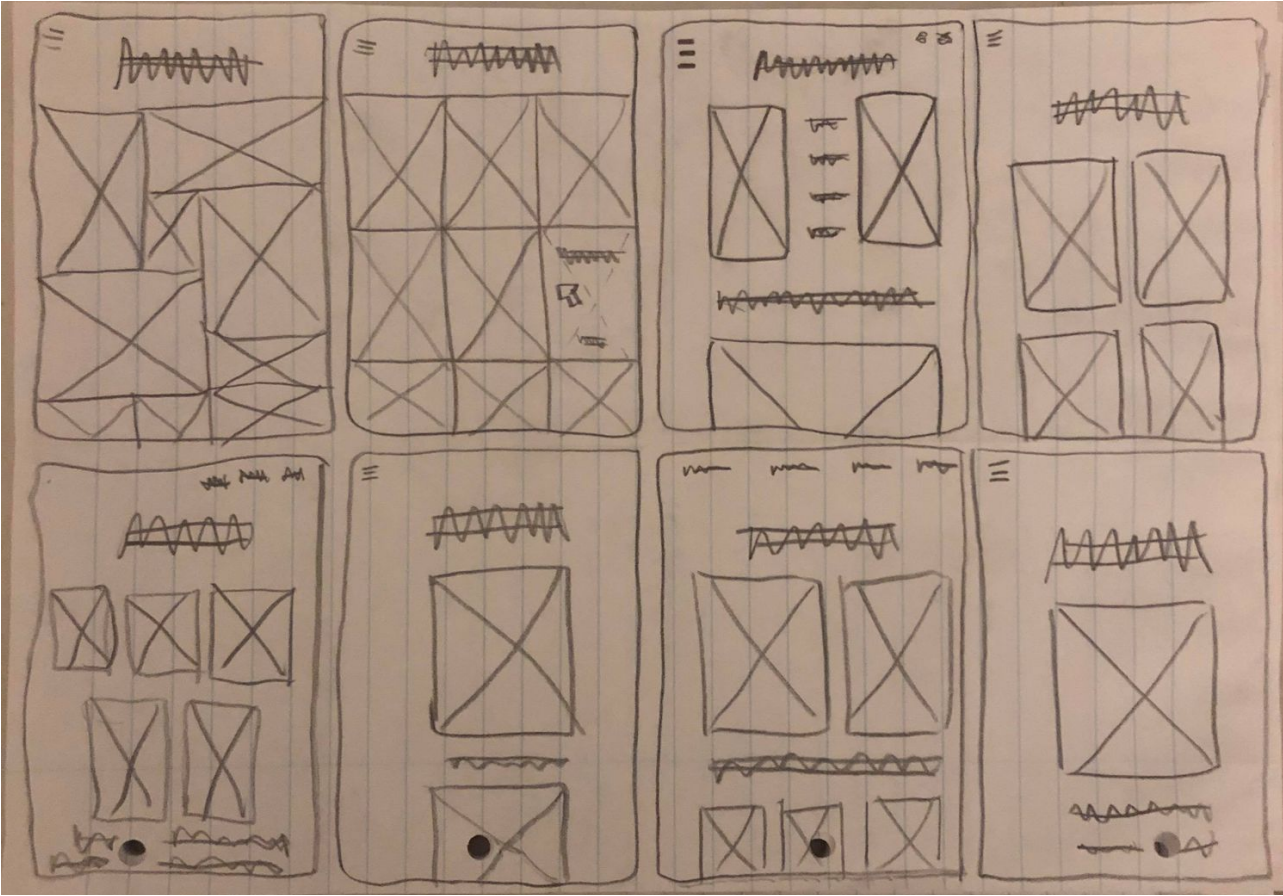
- Text når musen er over billederne
- Meget White Space, centeret

Sketch

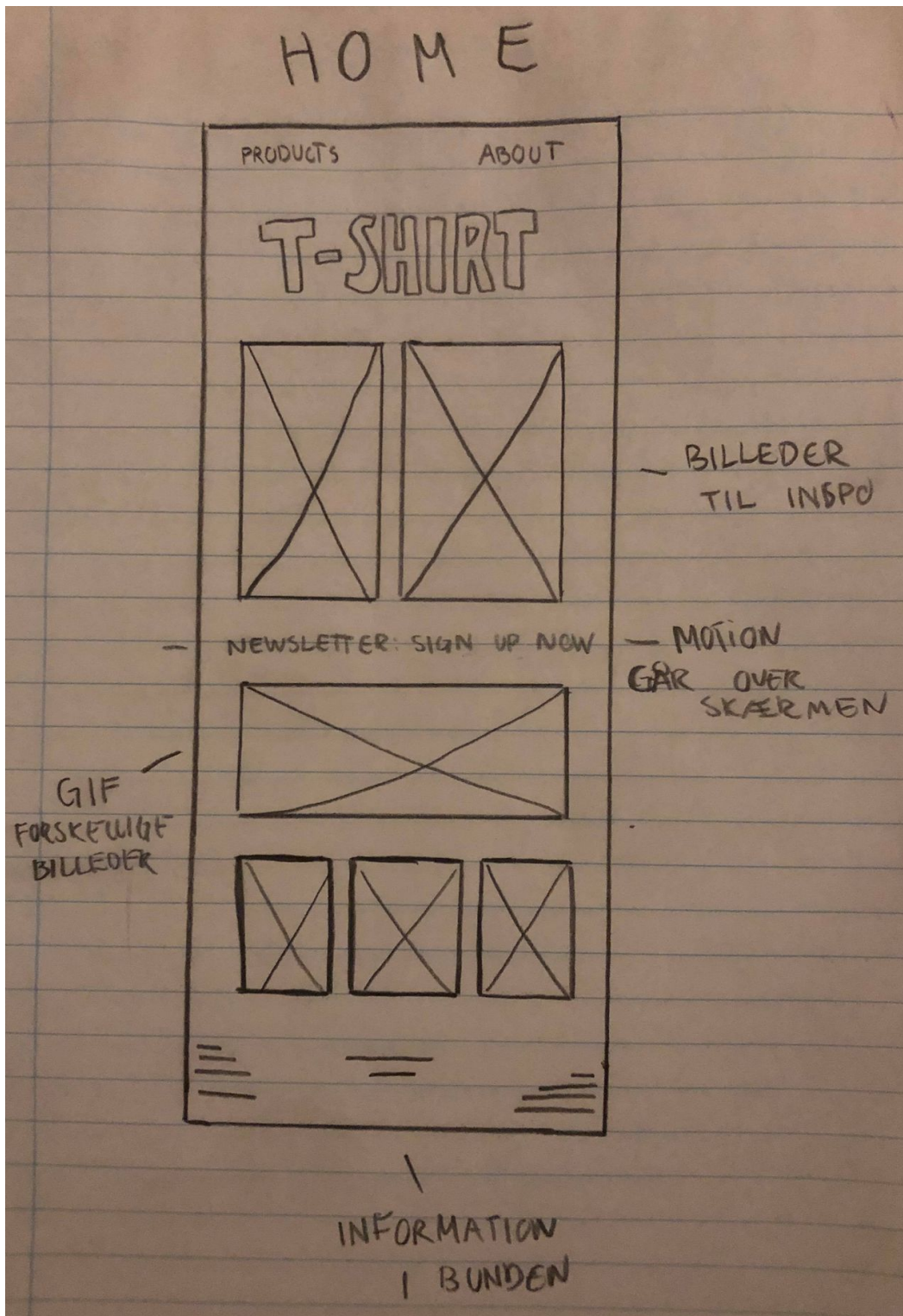
Ideas



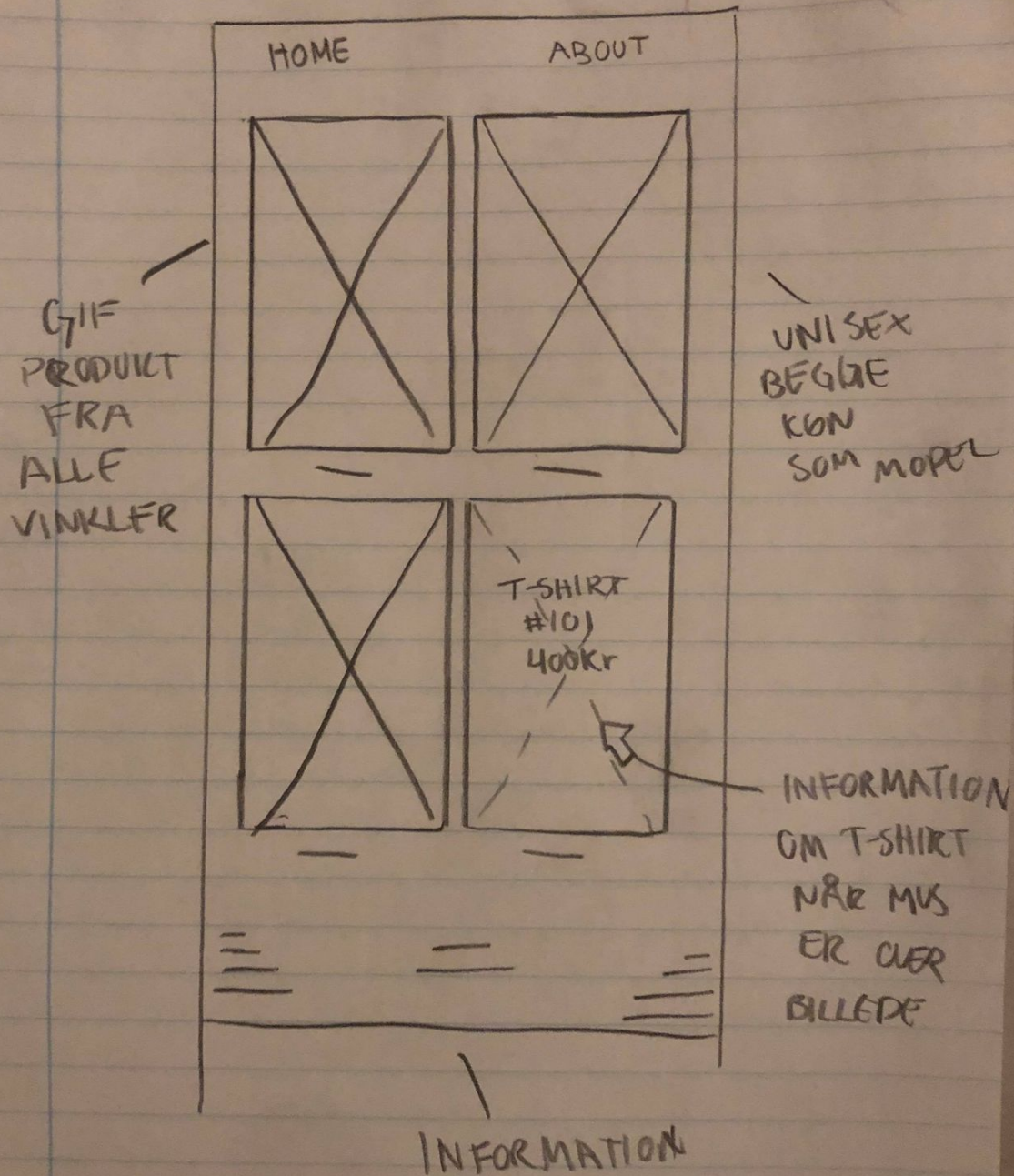
Crazy 8s



Solution sketch



PRODUCTS



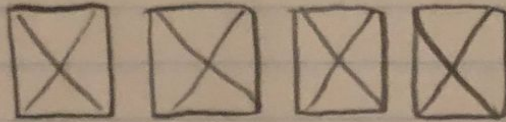
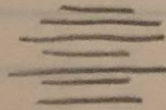
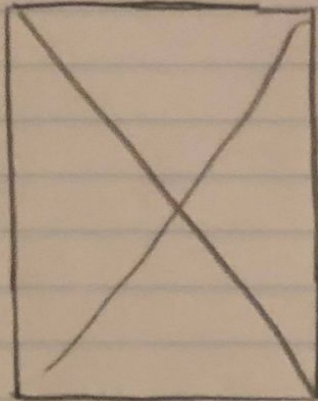
PRODUKT

HOME

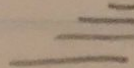
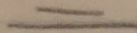
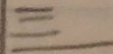
ABOUT

<-BACK

T-SHIRT #101



INFO
ON
T-SHIRT



ABOUT

