CUSTOMER PERSONA

FOR YOUR FASHION BRAND

BLAJARFASHION

DISCLAIMER :

Materi ini berhubungan dengan

1. ***Personal Brand DNA*** → khususnya bagi brand yang terikat dengan founder nya sebagai desainer
2. ***Introduction to Fashion Design*** → *fundamental alur atau proses kreatif dalam desain busana*
3. ***Start Your Fashion Brand*** → fundamental persiapan dan perjalanan bisnis fashion in general
4. ***Moodboard Making*** → setelah mengenal market kita akan membuat koleksi yang sesuai dengan kebutuhan mereka tentunya

Jawab Pertanyaan Ini

Kenapa kita harus berbisnis di industri fashion?
Siapa yang mau kita bantu?

Jawab Pertanyaan Ini

Kenapa kita harus mengenal market kita?

Apa yang akan terjadi kalau kita gak mengenal market kita?

Apa itu target market?

Siapa target market dari bisnis kita?
Jelaskan tentang mereka secara spesifik, usia, domisili, status, status ekonomi, gaji bulanan, gender, agama, hobi, kegiatan sehari-harinya

Cara Preventif Agar Tidak Gagal Memulai Brand Fashion

Cara Preventif Agar Tidak Gagal Memulai Brand Fashion

Competitor Analysis

How to Find Your Competitors

Make a list of rivals to watch out for.

🔎 In Your Industry

Which companies are:

1. Targeting the same customers?
2. Providing similar products or services?
3. Market leaders in your niche?

🌱 In Organic Search

Which companies are:

1. Targeting similar keywords?
2. Creating killer content?
3. Getting the most traffic?

Gimana caranya tau siapa kompetitor kita kalau kita ga kenal market yang dituju?

Pemula (belum punya data):
Target Market → Market Persona

Sudah berjalan (mulai ada data):
Target Market → Market Persona → Real Costumer → Customer Persona

Biasanya yang kesulitan adalah yang ada di stage awal : pemula. Kenapa?

Starting Point

Ideation and research are fundamental things to do before you run in to another steps.

Ideation

Business Plan – dibuat oleh founder atau CEO perusahaan, bisa menggunakan Business Model Canvas (BMC)

Riset Kompetitor

Jika ada kompetitor maka sudah terbukti ada pasarnya, pemula itu belum punya data apapun maka analisa competitor itu penting untuk tau minat market.

Lihat traffic nya, data penjualannya, market place dan strategi yg digunakan, baik harga, produk hingga strategi marketingnya.

Riset Market

Mengetahui tentang market sangat penting agar produk kita bisa laku terjual, agar konten jualan yang kita buat sesuai dan bisa diterima. Maka, analisa market butuh secara detail.

Cari tau usia, domisili, gaji, kebiasaan, media social yang dipakai, pekerjaan, dsb

Brand Direction

Termasuk di dalamnya brand image, brand positioning, corporate colorscheme dan 3 kata yang mendeskripsikan brand tersebut

BLAJARFASHION

Design & Production

Serangkaian proses desain hingga produksi

Brand Direction

Pemberian arahan terkait brand image, target market hingga competitor. Untuk pebisnis pemula CEO- nya lah yang membuat ini, kemudian menjelaskan ke tim produksi

Riset Produk

Riset tambahan berkaitan dengan produk – dibuat oleh tim produksi

Moodboard Making

Kumpulan ide yang merepresentasikan mood yang diciptakan nantinya, temasuk warna yang digunakan, material bahan, dan persona penggunanya – board ini dibuat sebagai acuan desain

Survey Material

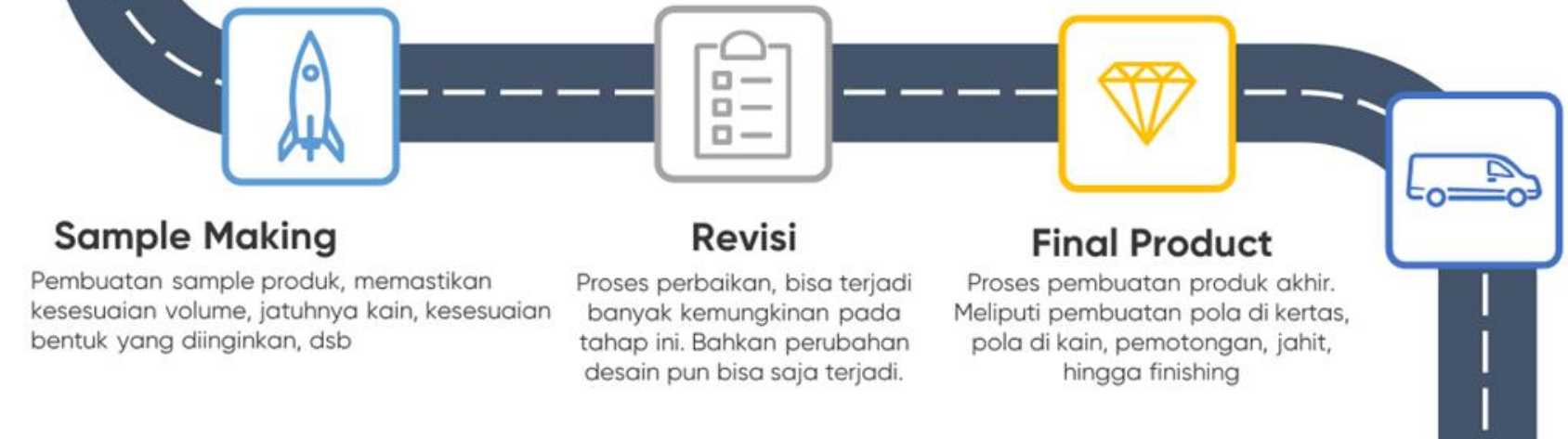
Survey segala jenis material yang dibutuhkan untuk produksi, memastikan kesesuaian warna, ketebalan, tekstur, dsb

Technical Drawing

Setelah di seleksi maka akan dibuat menjadi gambar kerja, gambar yang menunjukan detail cutting dan jahitan

Ilustrasi

Pembuatan desain berupa ilustrasi, biasanya dibuat dalam beberapa opsi untuk kemudian dipilih yang terbaik.



Sample Making

Pembuatan sample produk, memastikan kesesuaian volume, jatuhnya kain, kesesuaian bentuk yang diinginkan, dsb

Revisi

Proses perbaikan, bisa terjadi banyak kemungkinan pada tahap ini. Bahkan perubahan desain pun bisa saja terjadi.

Final Product

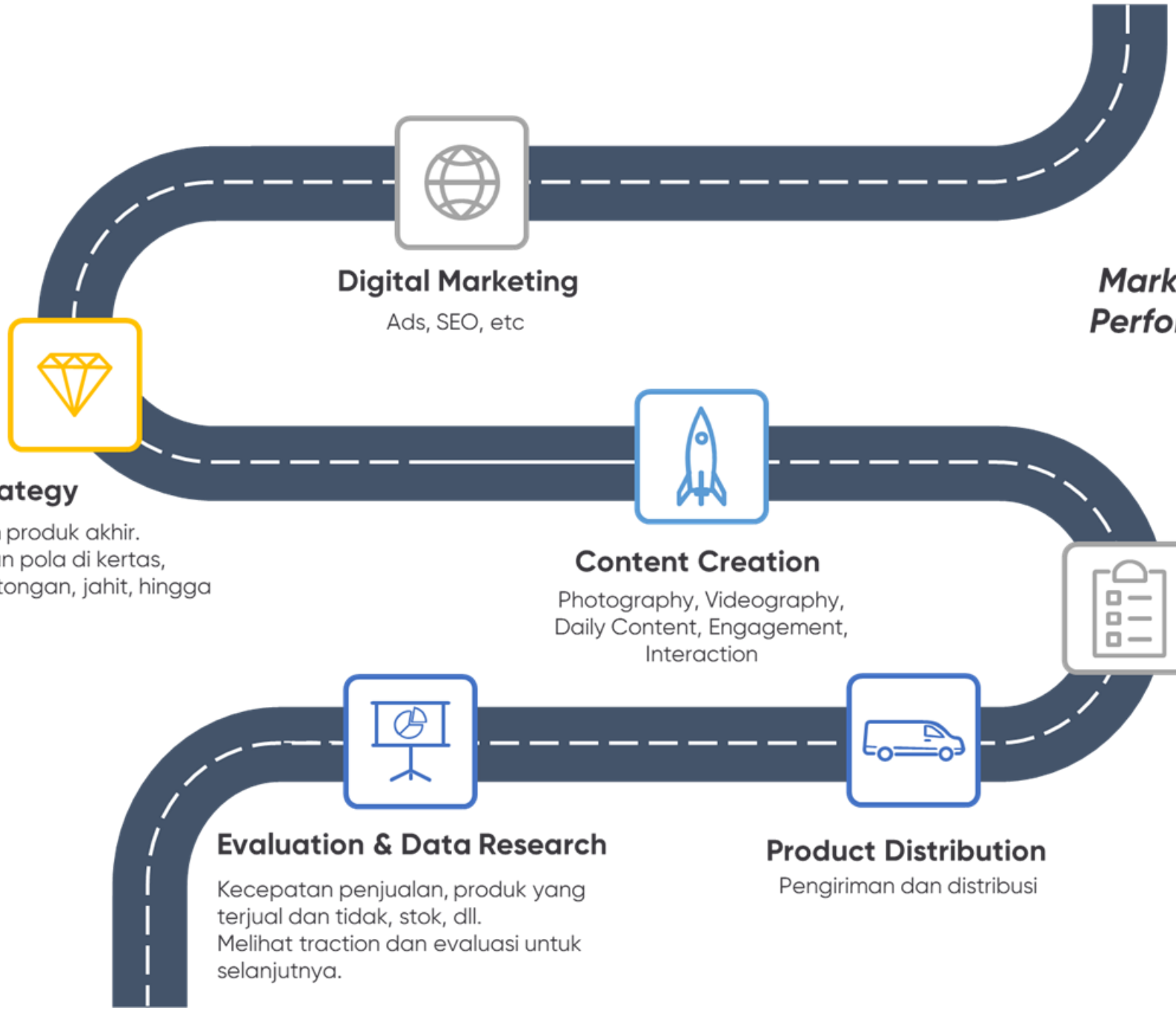
Proses pembuatan produk akhir. Meliputi pembuatan pola di kertas, pola di kain, pemotongan, jahit, hingga finishing

Tes Market

Bagi pebisnis pemula yang belum memiliki winning product dan data penjualan maka tes produk bisa dijadikan opsi sebelum memproduksi skala besar

Sales

Marketing Strategy, Sales Performance, Evaluation & Research



Digital Marketing

Ads, SEO, etc

Campaign Strategy

Proses pembuatan produk akhir. Meliputi pembuatan pola di kertas, pola di kain, pemotongan, jahit, hingga finishing

Content Creation

Photography, Videography, Daily Content, Engagement, Interaction

Selling

Proses penjualan, Pre-order / Stok, Manajemen stok, pencatatan

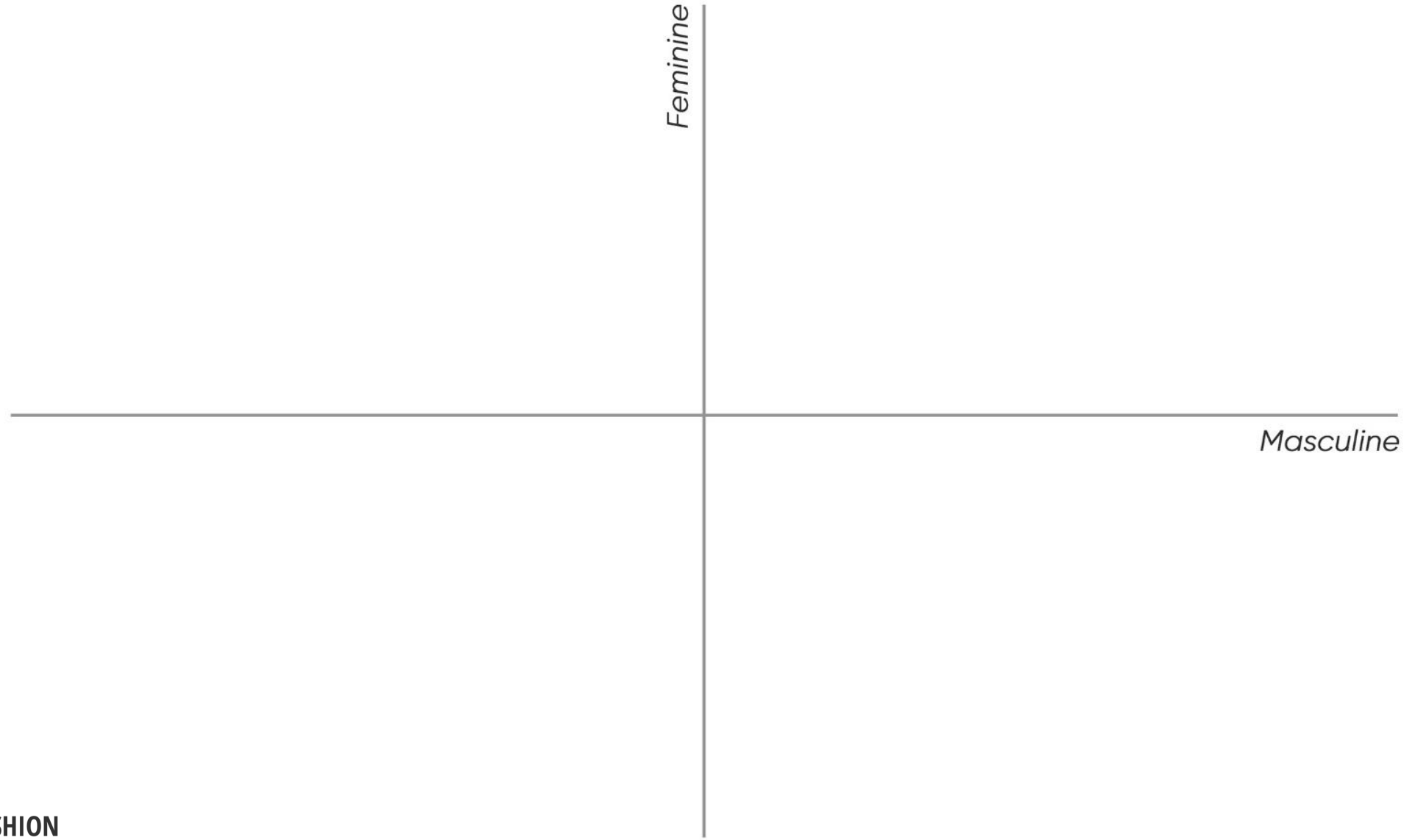
Evaluation & Data Research

Kecepatan penjualan, produk yang terjual dan tidak, stok, dll.
Melihat traction dan evaluasi untuk selanjutnya.

Product Distribution

Pengiriman dan distribusi

STYLE PREFERENCE



Apa goals mereka dalam hidup?

Apa yang menjadi impian mereka?

Apakah mereka lebih suka bertemu teman atau sendirian?

Apa yang mereka khawatirkan?

Bagaimana mereka mengambil keputusan belanja?

Bagaimana usia, domisili, status, status ekonomi, gaji bulanan, gender, agama, hobi, kegiatan sehari-harinya?

Apa skill atau keahlian mereka?

Siapa target market dari bisnis kita?

Apakah mereka bermain di instagram atau tiktok?

The Problem:

Seringkali ngeliat pertanyaan tadi terasa gampang, pas jawab seadanya, pas praktek banyak lupa dan khilaf nya.

Termasuk lupa market suka nya sama baju kayak gimana, suka warna apa, suka yang adem apa yang ga lecek, suka yang simple apa yang ribet?

Kadang lupa sampe jadinya suka-suka aja bikin apa aja yang penting jalan hehe

Supaya gak lupa!
Ayo kita rumuskan **“CUSTOMER PERSONA”** kita ke dalam board visual

Caranya gimana?

Sekarang coba kita review pakai studycase BlajarFashion.

1. Gender
2. Usia
3. Domisili
4. Pekerjaan
5. Baru mau bikin bisnis atau sudah berjalan?
6. Omzet dibawah 5jt atau sudah diatas 5jt?
7. Kenapa memilih belajar di BlajarFashion?
8. Apa masalah yang temen-temen hadapi sampai ikut kelas ini di BlajarFashion?

PERSONA TEMPLATE

Jennifer D. Gephart

Age	32
Occupation	Finance Project Manager
Education	MBA
Location	Austin, TX
Status	Single

Interests

Cycling, kayaking in Lake Travis, comedy shows, fine dining with friends, volunteering at the local animal shelter.

Goals

Better communication across various departments

Clear, defined due dates and accountability for tasks

Do more with less money

Pain Points/Frustrations

Delays or slow communication

Disorganized work environment

Lack of accountability in tasks across team members

Motivations

Recognition from board, supervisors and peers

Personal reward from successful deals

Opportunity for raise or promotion

Satisfying clients and delivering optimal results

Challenges

Increase revenue fast

Increase sales team productivity

Delays or slow communication

Needs & Expectations

Slack Integration

All-in-one project management tool that has clear due dates for projects

Gantt charts

Notifications for easy and quick collaboration

Technology & Social Media

She uses Apple devices

Browses on her phone but makes more action decisions on her desktop

Uses Instagram, Facebook, Linkedin, and Twitter

Content-Type Preferences

Wall Street Journal
Forbes
Fortune
Business Week
The Economist
Trade Publications
Bloomberg
New York Times

Brands & Influences

Slack
Google
Apple
Amazon
Microsoft
Facebook

Their pain : Rutinitas Bekerja, Ngerasa capek perjalanan, kepanasan, jenuh, kemacetan, polusi, masih ada kegiatan after office buat menghindari macet.

What they want to see: Things related to their life but more entertain

1. That we are in the feeling, the same stage, the same pain about our life and conditions
2. We love to dressed up and love to take some aesthetics pictures

lifestage : new beginning marriage

Interest : office look.

lifestyle : Ngafe, Meeting, After Office Look

lifestage : 1st baby bumps

CUSTOMER PERSONA

FOR YOUR FASHION BRAND

BLAJARFASHION