

ما يبحث عنه الناس: شعبية وأكثر إقبالا

دلالات عمليات البحث على الأنترنت عن المستهلكين

ما يبحث عنه الناس أكثر على الإنترنت يظهر شعبية كبيرة . وكيفية بحثهم يكشف عن فرصة. النظر في بنود المشتركة لهذه الاتجاهات التجزئة، والعلامات التجارية المعروفة تستطيع أن نخبرنا أكثر وتساعدنا على فهم أفضل للمستهلكين - توجهاتهم، ما يتأثرون به وتأثيرهم، وإحتياجاتهم - يمكن أن تثرى كل شئ بدء من المنتجات الجديدة إلى الخطط الإعلامية. إليكم بعض إهتمامات الباحثين عن الأزياء من خلال بيانات البحث:

ملابس الأطفال في نمو دائم

بوجود مجلات الموضة بأغلفة بها أطفال صغار متأنقين بملابس رائعة ، يبحث الآباء عن إصدارات من الأزياء الحديثة تناسب حجم أطفالهم حسب آخر صيحات الموضة. كثر البحث على الإنترنت عن مصطلحات مثل "ولد صغير، بنت صغيرة، طفل رضيع، طفل صغير" تم البحث عن تلك المصطلحات جانباً الي جنب مع كلمات مثل آخر صيحات الموضة او أزياء حديثة تناسب الأطفال. وفي نفس الوقت، يبحث الناس عن "للبالغين"، مما يعني أنهم رأو بعض الأزياء التي أعجبتهم ولكنهم رأوها على طفل صغير وليس أحد المشاهير الكبار.

الخط الفاصل بين ازياء الرجال والنساء يتلاشى

تماماً كمان يحدث بين أزياء الأطفال والكبار والخلط بينهم بنفس التصاميم، يحدث ذلك بين ملابس الرجال والنساء. يبحث الكثير من الناس عن نوع من السترات وتسمى "bomber jacket" ودائماً ما يسبق البحث عن ذلك مصطلح للتعريف مثل "للرجال، للنساء، للأولاد، للبنات" مما يعني أن خط إنتاج ذلك النوع من السترات "وإن كانت رائجة جداً في الفترة الأخيرة" إلا انه يصعب على الناس التفريق بين ما إذا كانت السترة التي يرونها للرجال او النساء. وهذا يعني أن الخط الفاصل بين ازياء الرجال والنساء او خطوط الإنتاج التي كان يمكن التفريق بينها بسهولة في الماضي ليست موجودة. فمن قبل كان من السهل جداً عند النظر إلى سترة ما أن يعرف الناس ويستطيعوا الإجابة بكل وضوح عن ما إذا كانت تلك السترة للرجال ام للنساء.

ولكن تلك السترة الشائعه الآن من الصعب التفريق بين ما اذا كانت
للرجال ام النساء.