



**swingz**



# MATRICE DE L'IMPLICATION

I

# Segmentation

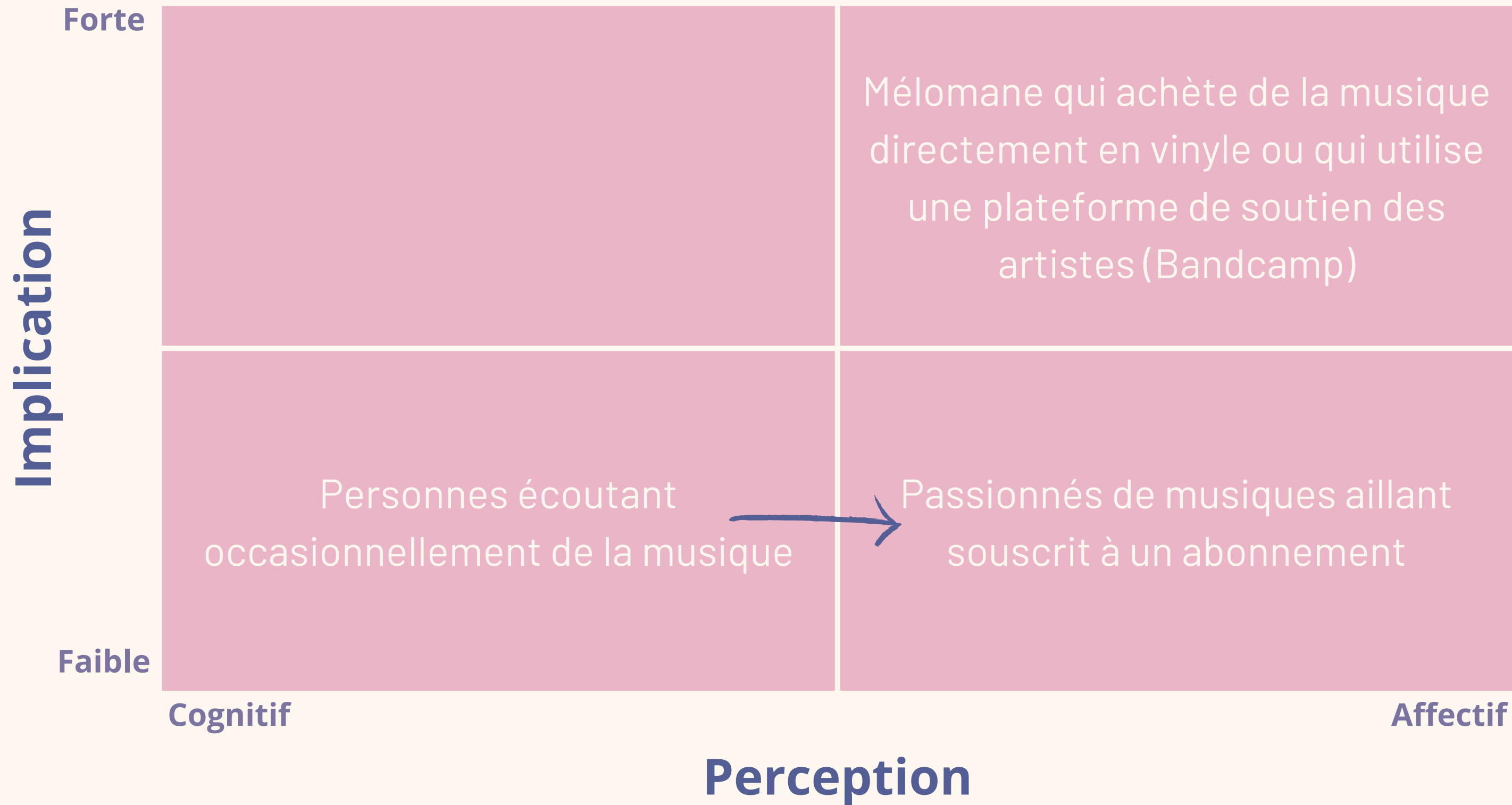
Implication	Forte		Utilisateurs de Bandcamp, Acheteur de Vinyles, Dons aux artistes.
	Faible	Utilisateurs Gratuit de Swingz, Utilisateurs Premium basique de Swingz.	Utilisateurs premium engagés de Swingz.
		Cognitif	Affectif
		Perception	

**Le public se divise en deux groupes principaux, les personnes souhaitant utiliser simplement l'application et ceux qui ont une attache particulière pour celle-ci.**

**Ce sont les personnes qui ont adhéré grâce aux promesses de juste rémunérations des artistes indépendants qui vont avoir une attache pour le service Swingz et une perception affective.**



# Évolution



**L'objectif à terme est de faire basculer la majorité des utilisateurs d'une perception cognitive à affective.**

**Ainsi, ils auront plus de mal à se désabonner du service ou à repasser vers un compte gratuit, cela limitera les pertes d'argent et augmentera l'image de marque.**

