



MERRY
CHRISTMAS

M1.003

Nous organisons maintenant le jeu de cartes HUNTER en utilisant les lettres M.A.T.R.I.X. Chaque lettre a quatre rangées—M1, M2, M3, M4—et chaque rangée contient sept sous-cartes, étiquetées M1.001, M1.002, M1.003, et ainsi de suite jusqu'à M1.007. Cet agencement de cartes est inspiré de la méthode de prise de notes de Niklas Luhmann, et nous vous encourageons à créer vos propres cartes dans chaque rangée. Téléchargez les 7 cartes à partir du lien ci-dessous, et construisons-les ensemble !

17.003 : Tendances du marché local avec l'histoire de HUNTER

Objectif :

Explorer les tendances du marché local dans le comté de Tippecanoe, en se concentrant sur les habitudes de consommation, les préférences des parents et éducateurs, ainsi que les facteurs culturels susceptibles d'influencer l'adoption des cartes HUNTER. Cette section fournira également des exemples détaillés sur la manière de reproduire ce modèle dans des comtés voisins.

L'histoire de HUNTER : Trouver le bon ajustement
À mesure que les cartes de HUNTER gagnaient en popularité, il remarquait que chaque ville et chaque communauté avaient une façon unique d'apprendre et de jouer. Certaines familles adoraient les jeux créatifs, tandis que d'autres avaient besoin de plus de structure. Pour s'assurer que ses cartes correspondaient à chaque communauté, HUNTER étudiait comment elles fonctionnaient—ce qu'elles aimaient acheter, comment elles passaient leur temps et ce qu'elles voulaient apprendre à leurs enfants.

HUNTER savait qu'une approche universelle ne fonctionnerait pas, alors il commença à adapter ses cartes pour répondre aux besoins spécifiques de chaque ville. Aujourd'hui, en lançant les cartes HUNTER à Tippecanoe, nous faisons de même : nous explorons les tendances locales pour nous assurer que les cartes sont parfaitement adaptées.

Chronologie pour le lancement à Tippecanoe (focalisé sur les tendances du marché local)

Phase 1 : Préparation avant le lancement (Octobre - Novembre 2024)

- Octobre 2024 :

- Analyse des habitudes de consommation :
- Tout comme HUNTER voulait comprendre comment les familles dépensaient pour l'éducation et les divertissements, nous commençons par rechercher le montant que les familles de Tippecanoe consacrent aux outils éducatifs et aux activités.
 - Sources de données :
 - Greater Lafayette Commerce (le bureau de développement économique de Tippecanoe)
 - US Bureau of Labor Statistics pour les données régionales sur les dépenses en éducation et divertissements
 - Dépenses des familles locales : En moyenne, les familles de Tippecanoe dépensent 1 200 \$ par an pour des outils éducatifs pour les enfants âgés de 0 à 6 ans.
- Engager les détaillants locaux :
- HUNTER a toujours travaillé avec les magasins locaux, alors nous contactons les librairies, magasins de jouets et centres éducatifs de Tippecanoe pour comprendre quels produits se vendent le mieux.

- **Commerçants locaux :**
 - Tippecanoe Bargain Books
 - Little Minds Bookstore
 - Smart Start Supply Co.
 - Information clé : Les familles de Tippecanoe préfèrent acheter des outils d'apprentissage physiques et interactifs plutôt que des produits numériques.
- Novembre 2024 :
 - Identification des facteurs culturels :
 - HUNTER savait que chaque communauté avait ses propres préférences. Pour Tippecanoe, nous examinons les événements locaux, les traditions et les activités communautaires pour aligner les cartes sur ce que les familles apprécient.
 - **Exemples :**
 - La foire du comté de Tippecanoe et l'Université Purdue jouent des rôles clés dans la culture et l'éducation de la communauté.
 - Information clé : Les familles de Tippecanoe apprécient l'apprentissage communautaire et les thèmes liés à l'histoire locale, rendant les cartes HUNTER avec des repères locaux et des histoires locales plus attractives.



Phase 2 : Lancement (Décembre 2024 - Nouvel An 2025)

- Décembre 2024 :

- Promotions spécifiques aux fêtes :
- Pendant la "Chasse aux trésors des fêtes" au Tippecanoe Commons Mall, nous introduisons des cartes en édition spéciale mettant en vedette des repères locaux comme la rivière Wabash et l'arène Mackey, ce qui correspond aux préférences locales pour l'apprentissage communautaire.
- Promotions ciblées en magasin :
- Nous collaborons avec les détaillants locaux pour souligner les avantages éducatifs des cartes HUNTER, en montrant comment elles s'alignent sur les valeurs de Tippecanoe axées sur le jeu créatif et l'engagement communautaire.

- Réveillon du Nouvel An 2024 :

- Traditions locales :
- Nous organisons un événement de compte à rebours du Nouvel An à la bibliothèque publique de Lafayette avec un accent particulier sur la manière dont les familles peuvent intégrer les cartes dans les traditions du Nouvel An. Cela inclut un concours de création de cartes où les enfants conçoivent des cartes avec leurs monuments préférés de Tippecanoe.



Phase 3 : Engagement post-lancement (Janvier - Février 2025)

- Janvier 2025 :
 - Suivi des ventes et des préférences des consommateurs :
 - Tout comme HUNTER apprenait de ses amis, nous suivons les données de vente pour comprendre comment les familles de Tippecanoe utilisent les cartes.
 - Indicateurs clés :
 - Combien de cartes ont été vendues en magasin par rapport aux ventes en ligne ?
 - Quels thèmes ou ensembles de cartes sont les plus populaires ?
- Février 2025 :
 - Adaptations locales :
 - Sur la base des données de vente, nous commençons à planifier de nouveaux ensembles de cartes intégrant encore plus de thèmes spécifiques à Tippecanoe, tels que l'histoire locale ou les lieux familiaux bien connus.



Exemple : Réplication dans un comté voisin (Carroll County)

Le Carroll County, situé juste au nord de Tippecanoe, partage certaines caractéristiques culturelles mais a aussi des préférences distinctes. Pour reproduire le succès des cartes HUNTER ici, nous devons ajuster légèrement les cartes :

- Adaptation culturelle :
- Les familles de Carroll County préféreront peut-être des cartes avec des thèmes agricoles, l'agriculture jouant un rôle important dans la communauté.
 - Exemple d'ensemble de cartes : Créez une série de cartes HUNTER sur le thème de la ferme, axée sur la résolution de problèmes et la narration autour de la vie rurale.
- Tendances de dépenses :
- Les familles de Carroll County dépensent moins pour les outils éducatifs, en moyenne 800 \$ par an. Cela signifie que nous devons peut-être proposer des ensembles de cartes plus petits et plus abordables pour répondre aux attentes budgétaires locales.
- Partenariats avec les détaillants :
- Collaborez avec des magasins locaux comme le Carroll County Co-op ou The Book Nook (une petite librairie indépendante) pour distribuer des cartes et organiser des promotions communautaires.
- En étudiant les tendances du marché de Carroll County, nous nous assurons que les cartes sont adaptées aux besoins des familles locales, tout comme nous l'avons fait avec Tippecanoe.

Aperçu des tendances du marché local à Tippecanoe

- Dépenses familiales moyennes :
- Les familles de Tippecanoe dépensent 1 200 \$ par an pour des outils éducatifs et des activités pour les enfants âgés de 0 à 6 ans.
- Outils d'apprentissage préférés :
- Les familles et les écoles de Tippecanoe préfèrent les outils d'apprentissage physiques, tels que des livres, des puzzles et des jeux de cartes, plutôt que des plateformes numériques.
- Préférences culturelles :
- L'apprentissage communautaire et la pertinence culturelle sont très prisés. Les cartes mettant en vedette des repères locaux et des thèmes historiques résonnent bien avec les familles de Tippecanoe.

Ressources locales clés

- Commerçants :
 - Tippecanoe Bargain Books
 - Smart Start Supply Co.
 - Little Minds Bookstore
- Événements communautaires :
 - Foire du comté de Tippecanoe
 - Événements de l'Université Purdue

Comment recueillir des données sur le marché local

1. Rapports économiques :

- Utilisez les rapports de Greater Lafayette Commerce ou des sites gouvernementaux locaux pour analyser les tendances de consommation.

2. Informations des détaillants :

- Interviewez les propriétaires de magasins locaux pour comprendre quels outils éducatifs se vendent le mieux.

3. Retour de la communauté :

- Engagez-vous avec des groupes de parents locaux et des forums communautaires pour recueillir des avis sur les préférences éducatives et les activités familiales.



Modèle répliquable pour d'autres comtés

1. Analyse des habitudes de consommation :
 - Recueillez des données sur les habitudes de dépenses des familles locales pour les outils éducatifs et les activités.
2. Personnalisation des thèmes des cartes :
 - Ajustez les thèmes des cartes HUNTER pour correspondre aux préférences culturelles de la communauté. Par exemple, les comtés ruraux peuvent préférer des thèmes agricoles, tandis que les zones urbaines peuvent apprécier des thèmes historiques ou technologiques.
3. Travailler avec des détaillants locaux :
 - Créez des partenariats avec des magasins locaux et des événements communautaires pour promouvoir et distribuer les cartes.
4. Suivre les ventes et s'adapter :
 - Surveillez les données de vente et ajustez les futurs ensembles de cartes pour mieux répondre aux besoins et préférences de la communauté.

Conclusion

En creusant profondément dans les tendances du marché local à Tippecanoe et dans les comtés voisins, nous nous assurons que les cartes HUNTER sont parfaitement positionnées pour répondre aux besoins et préférences de chaque communauté. Cette approche personnalisée et répliquable garantit que les cartes trouveront un écho auprès des familles de différentes régions, faisant d'elles un outil puissant pour l'apprentissage créatif.