

گام یکم

تحلیل محصولات موجود

وضع‌شناسی مصرف
فرهنگی مخاطبان

شناسایی مخاطبان بالفعل و
بالقوه و راه‌های دسترسی
به آنها

شناسایی محیطی
(تولیدکنندگان، واردکنندگان،
توزیع‌کنندگان و فروشندگان)

گام دوم

آینده‌پژوهی الگوی مصرف فرهنگی مخاطبان و محیط بازار
محصولات

طراحی منظومه رشد معنوی، ذهنی، مهارتی و جسمی کودک
و نوجوان

گام سوم

شناسایی، تبلیغ و ترویج محصولات
موجود

تعیین وزن قالب‌های محصولات

طراحی نظام رده‌بندی محصولات
فرهنگی

گام چهارم

بازخوردگیری، نوآوری و توسعه

تشکیل باشگاه مخاطبان

نیازسنجی و تولید محصولات