

3. Segmentación de Mercado

3.1 Cliente Objetivo.

El cliente objetivo del mundo ECO son personas que buscan realizar acciones sostenibles y obtener beneficios tangibles. Este grupo se puede dividir en las siguientes categorías

- Familias: Especialmente aquellas con niños, interesados en educar a las nuevas generaciones en prácticas ecológicas
- Estudiantes: Jóvenes preocupados por el medio ambiente, que valoran iniciativas innovadoras y accesibles
- Adultos trabajadores: Personas con una rutina activa que visitan supermercados regularmente y desean contribuir al reciclaje de manera práctica
- Personas con conciencia ambiental: Aquellas que ya tienen interés en reducir su impacto ecológico y encuentran en nuestro sistema un incentivo adicional

3.2 Segmentos de Clientes.

En mundo ECO, diferenciamos claramente varios segmentos para personalizar estrategias de marketing y maximizar el impacto

1. Clientes ecológicos (40%):

- Características: Personas motivadas principalmente por la preocupación ambiental
- Motivación: Reducir el impacto ambiental y participar en iniciativas sostenibles
- Estrategia: Ofrecer información transparente sobre cómo sus contribución ayuda al medio ambiente

2. Clientes economicos (35%):

- Características: Usuarios interesados en obtener beneficios económicos inmediatos
- Motivación: Incrementar sus ahorros a través del reciclaje
- Estrategia: Promocionar campañas que destaquen el beneficio económico acumulativo

3. Clientes prácticos (25%):

- Características: Personas que buscan comodidad y eficacia al reciclar
- Motivación: La facilidad de depositar botellas en su supermercado habitual
- Estrategia: Ubicar las máquinas en puntos estratégicos de alto tránsito para maximizar la visibilidad y el acceso