

Segmentación de mercado

Vamos a dividir el mercado en dos grandes grupos (**B2B** y **B2C**)

Corporativo (B2B): Empresas con alta exigencia de RSC (Responsabilidad Social Corporativa) que necesitan documentar y certificar sus eventos sostenibles

Clientes Privados(B2C) de Alto Poder Adquisitivo: Individuos que valoran la ética, la sostenibilidad y buscan diferenciación.

B2B: Empresas con propósito

Este es nuestro segmento de mayor volumen y recurrencia. Son empresas que necesitan que sus eventos hablen de sus valores de marca.

- Perfil: Medianas y grandes empresas nacionales o multinacionales con sede en España
- Necesidad: Organizar juntas de accionistas, lanzamientos de producto o cenas de gala que cumplan con sus Informes de Sostenibilidad (RSC).
- Por qué nos eligen: Porque les proporcionamos certificados de impacto positivo y trabajamos con proveedores sociales lo que les ayuda a mejorar su reputación corporativa.

B2C :Personas con valores

- Perfil: Parejas (Bodas), familias de clase alta
- Psicografía: Valoran el diseño artesanal, la alimentación orgánica y el consumo responsable.
- Necesidad: Una celebración (boda, aniversario) que sea visualmente espectacular pero que sea "Residuo Cero".
- Por qué nos eligen: Por nuestra capacidad de ofrecer exclusividad sin culpa ambiental.

Nuestro buyer persona



ANAISSANCHEZ

Edad: 25-30
Sexo: Mujer
Estudios: Universitaria
Profesión : Directiva en marketing
Nivel de ingreso :Altos ingresos familiares

¿QUÉ PROBLEMA RESUELVE NUESTRO PRODUCTO O SERVICIO?

Resolviendo el dilema de querer un evento elegante y espectacular sin comprometer el medio ambiente, ofrecemos una solución integral con Cero Residuos y una estética de lujo basada en la reutilización y el diseño consciente, aliviando al cliente de la gestión compleja y el riesgo de greenwashing.

DESEOS Y NECESIDADES

- Necesidad de Coherencia: Que su boda refleje su compromiso real con el medio ambiente.
- Deseo de Exclusividad: Una estética elegante y sofisticada que sea memorable, pero que provenga de materiales reutilizables o naturales.
- Tranquilidad: Delegar en un experto que garantice el Cero Residuos sin que ella tenga que preocuparse por la logística de compostaje o reciclaje.

Impacto Positivo: Que su evento apoye a proveedores locales, pequeños artesanos y empresas éticas (km 0).

OBSTÁCULOS/FRUSTRACIONES

El miedo al greenwashing se refiere a la preocupación de que los proveedores solo ofrezcan una 'etiqueta verde' sin prácticas reales de Cero Residuos. Otros desafíos incluyen la falta de opciones elegantes en decoración sostenible, la resistencia de la familia o invitados a decisiones no tradicionales como un menú 100% vegetariano, y la incertidumbre sobre la correcta gestión de residuos en la finca.

METAS/MOTIVACIONES/OBJETIVOS

- Meta Personal: Sentirse 100% orgullosa de la huella dejada en su día más feliz.
- Objetivo del Evento: Ser recordada como una boda innovadora, hermosa y sostenible.
- Motivación Clave: Evitar el derrame y el uso de plásticos de un solo uso en eventos grandes.

ESTILO DE VIDA AFICIONES /OCIO TIEMPO LIBRE

Consumo de productos orgánicos de comercio justo, priorizar destinos sostenibles, sigue influencias de vida consciente, dispuesta a pagar un precio premium de calidad