

Segmentación de mercado

En Econova no queremos intentar vender a todo el mundo sin sentido, sino que nos centramos en grupos de personas que de verdad están preocupadas por el medio ambiente y por comprar de una forma más responsable. Para que el trabajo esté bien organizado, hemos dividido a nuestros posibles clientes en tres puntos clave:

Si miramos la parte demográfica, nos dirigimos sobre todo a gente joven, de entre 16 y 35 años más o menos. En este grupo entran desde estudiantes hasta personas que han empezado a trabajar hace poco o familias jóvenes. Son personas que suelen tener un nivel de ingresos medio y que, sobre todo, están muy puestas en los problemas del cambio climático. Buscan cosas que les sirvan para su vida diaria, como ir a clase o al trabajo, pero que no sean de plástico malo que se rompe enseguida.

En cuanto a la parte psicográfica, que tiene que ver con cómo piensan, nuestro cliente ideal es alguien que tiene "conciencia eco". Son personas a las que les importa el reciclaje, que intentan no usar tantas bolsas de plástico y que prefieren comprar a marcas que son honestas. No compran por comprar, sino que miran si el producto es sostenible y si la empresa se preocupa por el planeta tanto como ellos.

Por último, si nos fijamos en su comportamiento de compra, vamos a por gente que ya está acostumbrada a usar cosas reutilizables. Son personas que ya llevan su propia botella de agua o que siempre llevan una bolsa de tela en la mochila para no tener que comprar una de plástico en el súper. Al final, lo que buscan son productos que duren mucho tiempo y que funcionen bien, porque prefieren gastarse el dinero una vez en algo bueno que muchas veces en cosas que contaminan.