



MAKEVISION

TŘÍDĚNÍ BIOODPADU: SEGMENTY CÍLOVÉ SKUPINY

Od Makevisionu pro Kokožu. Tato segmentace vznikla na základě výzkumu metodou online focus group. Případová studie je dostupná [na webu Makevisionu](#).

Listopad 2018

Cílová skupina a segmenty

Cílová skupina

Jedná se o vymezení potenciálních zákazníků, které se snaží značka oslovit. V prvé řadě jde o lidi, které definujeme na základě socio-demografických ukazatelů. Těmi jsou pohlaví, národnost, věk, rodinný stav, vzdělání, příjem (domácnosti), bydliště aj. Takovéto vymezení slouží především pro cílenější nákup reklamního prostoru v médiích. Cílová skupina je množina, ve které najdete různé cílové segmenty a případně pro ně charakteristické osoby.

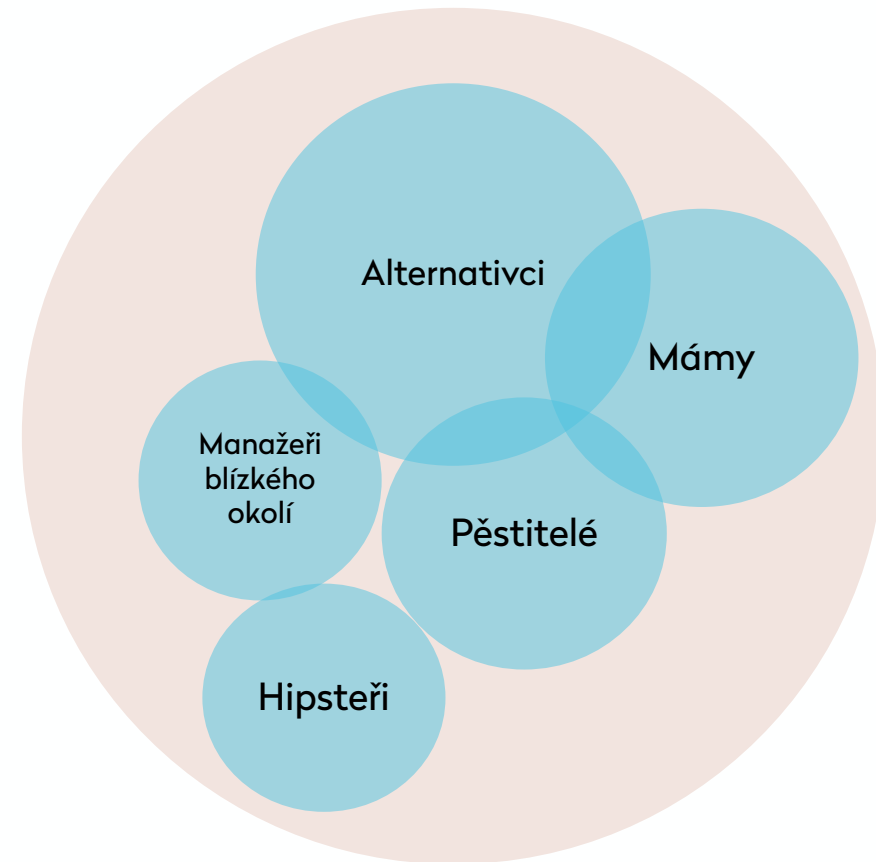
Segmenty cílové skupiny

Definují se na základě vztahu k vašim produktům nebo službám. Různé segmenty tedy pořád zapadají do jedné velké cílové skupiny. Pro nadefinování segmentů potřebujeme znát motivace – důvody, proč vaši značku užívat. Segmenty by tedy od sebe měly být různorodé. Pro lepší zapamatování uvádíme u každého segmentu zajímavý interní název a fotku. Pro komunikaci k danému segmentu pak určujeme hlavní přínosy, které formulujeme skrze konkrétní argumentaci a přidáváme také vytipované kanály, kudy je oslovovat.



Popis cílové skupiny

- Spíše ženy než muži.
- Třídí odpad.
- Zajímají se o životní prostředí.
- Pohybují se hodně doma a vaří.
- Žijí ve městech, kde jsou aktivní komunity (mají podporu místní radnice, organizují akce typu Zažít město jinak nebo projekty s Nadací Via).



Alternativci

Lidé, kteří se aktivně zajímají o prostředí, ve kterém se pohybují a snaží se ho svým chováním měnit k lepšímu. Naučili se proto nakupovat hlavně lokální potraviny, oblékat se do slow fashion a obecně se vymezují vůči konzumní společnosti. Mají snahu snižovat množství odpadů, které produkují. Jsou velmi informovaní a aktivně se zajímají o téma udržitelnosti. Díky těmto činnostem mají ze sebe lepší pocit a přináší jim radost, že mohou tímto způsobem přispět ke zlepšení světa, ve kterém žijeme.



Co řeší za problém?

Trápí je současný stav třídění odpadu.

Chtějí, aby se do třídění odpadu zapojilo více lidí.

Mají už velmi konkrétní dotazy související s tříděním odpadu / provozem vermikompostéru /...

Jak jim pomáháme?

Chválíme je za jejich správné rozhodnutí, které přispívá k lepšímu stavu planety. Ukazujeme jim, že jsme s nimi na jedné lodi a mohou nám pomoci při organizaci našich kampaní. Seznamujeme je s novinkami, které v této oblasti děláme.

Dáváme jim možnost přidat se do naší komunity, aby se mohli aktivně zapojit. Podporujeme je v šíření našich myšlenek a poskytujeme jim argumenty, proč je třídění odpadu důležité a jaký je jeho reálný dopad na naše okolí.

Máme off-line i on-line kontaktní místa, kde rychle zodpovídáme jejich dotazy. Na základě častých dotazů připravujeme články, ve kterých najdou podrobné odpovědi. Zveme je na vzdělávací akce a workshopy, kde se můžou o tématech, která je zajímají, dozvědět více.

Argumentace

Připravili jsme komunitní řešení bioodpadu pro celý váš dům / vnitroblok / sousedství.

O bioodpadu víme vše, nebojte se nás na cokoli zeptat.

Máme pro vás různé způsoby, jak bioodpad řešit.

Udělalí jste správné rozhodnutí, když jste začali třídít bioodpad.

Kontaktní místa

Mapko

festival Evolution a podobné vzdělávací konference a veletrhy

KPZ

Biojarmark

DYI, Zero waste komunity

veganské restaurace, jógová centra

lokální ekologické firmy



Hipsteři

Pro Hipstery je důležité být cool a ukazovat to všem okolo. Přidávají se proto k trendům, které právě vidí kolem sebe a chtějí zapadnout do komunit, které se jim věnují. Často pak přijdou dané věci na chuť a věnují se jí, dokud je neomrzí. Snaží se být za každou cenu vnímání jako early adopters. Vyhledávají proto novinky, které by mohli prezentovat na svém Instagramu. Jsou hodně zaměřeni na design, pokud je tedy věc nová a navíc fotogenická, Hipsteři ji rádi začnou podporovat a ukazovat ji všem okolo.



Co řeší za problém?

Potřebují perfektně vypadající a jednoduché řešení.

Chtějí, aby se ostatní dozvěděli o jejich konání a veřejně to ocenili.

Nemají moc informací, proto potřebují poradit od zkušenějších.

Touží být stále první.

Argumentace

Třídít bioodpad je sexy!

Uzavřený cyklus jídla je novým trendem.

Bud'te mezi prvními, kteří minimalizují svou ekologickou stopu.

Staňte se průkopníkem v cirkulární ekonomice.

Poradíme vám, jak jednoduše začít.

Ukažte ostatním, jak správně třídít bioodpad.

Jak jim pomáháme?

Na Instagramu sdílíme hezké fotky, aby se jimi mohli inspirovat. Pomocí jednoduchých infografik ukazujeme, že na třídění bioodpadu nic není.

Chválíme jim fotky na jejich profilech na Instagramu. Nasdílíme jejich obsah a veřejně je chválíme i na našich profilech.

Zveme je do naší FB skupiny, ve které si mohou nechat poradit. Podněcujeme je k tomu, aby nám napsali a my jim mohli poskytnout více informací. Spolupracujeme s influencery, kteří popisují, jak třídít bioodpad.

Neustále inovujeme naše produkty i řešení (např. hlístice), abychom jim stále měli co nabídnout a oni měli neustále co sdílet. Přicházíme s neotřelými způsoby, které nemůžou najít u nikoho jiného. Máme speciální program pro early adopters.

Kontaktní místa

obchody Sklizeno

Instagram

blogy a sociální média influencerů

kavárny na Letné

Manifesto a další trendy místa

design markety



Mámy

Jsou zodpovědné a myslí na budoucnost svou i svých dětí. Chtějí jim předat životní přístup, který staví na ohleduplnosti vůči okolí, ať už jde o lidi nebo o přírodu. Kromě toho ale mají Mámy na starosti spoustu dalších věcí jako chod domácnosti. Proto vždy volí řešení, která jsou jednoduchá a praktická. Nemohou a ani si nechtějí komplikovat život. Pokud mají začít s něčím novým, musí to zapadnout do jejich domácí rutiny.



Co řeší za problém?

Potřebují téma třídění bioodpadu (uzavřeného cyklu jídla) snadno ukázat dětem.

Nemají příliš času vymýšlet nové a nové aktivity.

Při přetížení ztrácí motivaci a to je nutí osekát činnosti na ty nezbytné.

Jak jim pomáháme?

Poskytujeme jim nástroje, metody nebo i hry, které umožní téma uzavřeného cyklu jídla snadno předat.

Aktivity vymýšlíme tak, aby byla jejich realizace snadná a nevyžadovala žádné další kroky. Přidáváme aktivity, u kterých se dítě může na chvíli zabavit i samo.

Dáváme jim psychickou podporu. Oceňujeme, že se i v této roli chovají udržitelně. Snažíme se zajistit, aby získaly podporu i z dalších stran (např. školky a školy, komunity na Facebooku).

Argumentace

Děti se mohou díky tématu třídění bioodpadu naučit víc o přírodě.

Třídění odpadu nemusí být složité. Chápeme totiž, že se musí stát součástí vaší rutiny.

Jste jednou (jedním) z těch, kteří pozitivně ovlivňuje chování dalších generací.

Pomáháte zachovat čisté a zdravé životní prostředí pro své děti.

Kontaktní místa

prodejny se zdravou výživou (včetně DM)

dětská hřiště, kavárny s dětskými koutky

uzavřené komunity (Facebook a diskuzní fóra – Non-toxic, Nevýchova, ...)

mateřská centra

obchody s oblečením, hračkami, ...



Manažeři blízkého okolí

Manažeři jsou lidé, kteří cítí potřebu formovat své nejbližší okolí, přestože k tomu nemusí mít přímo formální roli (jako je hospodyně nebo vedení firmy). Sami chtějí žít odpovědný a udržitelný život a ví, že pro to musí získat i své nejbližší – třeba kolegy z kanceláře. Ví, že na to musí jít chytře a s citem. Jsou těmi, kdo do takových kolektivů přináší nové nápady a návyky. Nikdy ostatní lidi nenutí, spíše jdou příkladem.



Co řeší za problém?

Chtějí inspirovat ostatní, ale neví jak. Chybí jim nápady.

Neví, jak přesvědčit ostatní. Chybí jim argumenty.

Nemají prostor učit ostatní, jak se správně třídí bioodpad.

Jak jim pomáháme?

Sdílíme s nimi inspiraci v podobě příkladů dobré praxe. Vytvoříme jim školení nebo workshop na míru. Pomůžeme získat vedení firmy (např. s pomocí předpřipraveného e-mailu pro vedení).

Sdílíme s nimi argumenty vhodné pro konkrétní prostředí (domácnost, rodina, firma, ...) a dodáváme jim statistiky a jiné pádné argumenty.

Vytváříme pro ně návody, manuály a další praktické nástroje, které mohou použít doma i ve firmě (např. nálepka na vermikompostér, přehled toho co patří a nepatří do bioodpadu apod.).

Argumentace

Třídění bioodpadu může být zábavný společný návyk, který ozvláštří všední dny.

I malá změna stojí za snahu.

Nenecháme vás v tom. Kokoza je vaší oporou.

(Pro prostředí firem:) Firma bude působit jako sexy zaměstnavatel.

Kontaktní místa

konference pro malé firmy (téma HR, marketing, osobní rozvoj, svoboda v práci, ekologické fungování firem)

lifestylové magazíny (bydlení, rodina – formou rozhovorů s influencery)

Instagram (vhodní influencery)

newsletter



Pěstitelé

Naši pěstitelé pěstují hlavně kvůli jídlu – není nad špagety s omáčkou z vlastních rajčat (ze zahrádky nebo z balkónu) a čerstvě natrhané bylinky v polívkách i na víkendových grilovačkách. K pěstování a tedy i vztahu k bioodpadu je přivádí hlavně jídlo. Záleží jim na původu zeleniny a bylinek, které jedí a nedovedou si představit, že by při pěstování použili chemii. Uvědomují si totiž, že všechno je propojené.



Co řeší za problém?

Nechtějí hnojit chemickým hnojivem a nemají dobré povědomí o využití bioodpadu ke hnojení.

Nemají dostatek místa a prostoru, kde by mohli zpracovat svůj bioodpad.

Jak jim pomáháme?

Při využívání vermikompostéru získávají vermikompost a žížalí čaj, tedy hnojivo, které je levnější a znají jeho původ. Ukazujeme jim, že toto hnojivo velmi dobře funguje (na praxi i vědeckých studiích).

Ukazujeme jim různé příklady toho, jak řešit pěstování a zpracování bioodpadu v bytě nebo v domě (např. umístění kompostu v garáži, komunitní kompostování apod.).

Argumentace

Získáte hnojivo, se kterým porostou vaše rostliny mnohem lépe.

Znáte původ svého hnojiva a máte ho zdarma.

Žijete v souladu s přírodou, uzavíráte cyklus jídla.

Kontaktní místa

Instagram (foodies, influenceři)

workshopy o jídle, školy vaření

bioobchody, KPZ

foodfestivally

kuchařky





MAKEVISION

www.makevision.cz

ahoj@makevision.cz

facebook.com/makevisioncz

[@makevisioncz](https://twitter.com/makevisioncz)

Makevision je výzkumná agentura pro firmy, které se zajímají o své zákazníky. Díky našim výzkumům se mohou přiblížit svým zákazníkům, dostat se k jádru problémů a pochopit jejich potřeby i obavy. Ze zkušeností víme, že poznání zákazníka je jedním z předpokladů úspěšného byznysu. Proto si dáváme záležet, aby byly naše výstupy vždy srozumitelné a akceschopné. A díky nim jste mohli i vy přiblížit vaši firmu k naplnění její vize.

