

CARACTERÍSTIQUES DELS NOSTRES CLIENTS

El nivell de formació d'aquests consumidors és superior a la mitjana i també hi ha un major pes de la població ocupada. La presència de fills menors de 12 anys també està relacionada amb el consum d'ecològics

Prefereixen consumir productes pròxims al seu entorn (km 0) i molts d'ells no busquen "marques" en els productes ecològics. Són consumidors ben informats, que llegeixen les etiquetes dels productes que compren i saben identificar l'autèntic producte ecològic.

La freqüència mitjana de consum de productes ecològics és de 2 vegades per setmana, sent els vegetals i la fruita, els productes ecològics més consumits. El consumidor d'aliments ecològics, porta ja una mitjana de més de 5 anys consumint aquest tipus de producte.

La baixa disponibilitat i el preu són els motius principals pels quals no es consumeixen algunes categories amb freqüència. De fet, en general els productes ecològics són presents en el 24% dels aliments adquirits per aquests consumidors, que a més estan interessats a augmentar aquest percentatge.

El preu és la principal raó per a NO consumir productes ecològics entre aquells que no entren dins d'aquest perfil.

Els consumidors d'aliments ecològics consumeixen també productes relacionats amb l'estalvi d'energia.

Fidelitat: l'oferta de mercat en el sector ecològic encara és escassa avui dia. Per tant, quan algú ambientalista es troba amb una marca d'acord amb els seus principis, té major probabilitat de comprometre's amb ella respecte a clients que no es fixin tant en els valors de la companyia. També és un tret que es deu al seu carisma cap als petits comerços. Aprecien el tracte pròxim d'un dependent de confiança que conegui perfectament la procedència i les propietats de la seva mercaderia.

CARACTERÍSTIQUES DEL COMERÇ

Comerç de proximitat: conegut com a comerç local. Com més a prop estigui la botiga de l'origen del producte, menys despesa de combustible haurà repercutit en els ports. Al seu torn, es redueixen també les emissions de diòxid de carboni a l'atmosfera. Tant en el transport per a traslladar la mercaderia com durant el recorregut que segueixi l'individu per la seva ruta de compres

Reciclat: aquestes paraules els atreuen moltíssim. Té doble sentit, perquè si alguna cosa ha estat prèviament sotmès a un procés de reciclatge, significa que amb una gran probabilitat es pot tornar a reciclar de nou. Sempre que no s'excedeixi el nombre de límits que suporta cada matèria primera.

Compostable: es tracta d'una qualitat molt cobejada. El *zero *waste és una forma més extrema de fer costat a l'ecologisme que intenta generar menys escombraries

fent compostatge amb els residus orgànics. Creiem que el compost serà una tendència en alça, igual que està ocorrent ara mateix amb els segells “Bio” i “Eco” que apareixen per onsevulla.

Amigable amb el medi ambient: el client busca productes creats a base de matèries primeres ecològiques, per exemple, en el cas d'un raspall de dents, podem canviar la fusta o plàstic i substituir-ho per bambú pel fet que aquest creix bastant ràpid, obtenint un producte amb iguals prestacions però sense contaminar en excés. Espanya és una de les potències líders a nivell mundial en la producció ecològica, i actualment també un dels 10 mercats que més consumeixen productes eco i bio.

FACTORS QUE INFLUEIXEN EN EL CONSUMIDOR ECO LòGIC:

1 Entorn econòmic. La situació econòmica és molt important, ja que per desgràcia els béns eco tenen un preu superior a la mitjana. Això provoca que no tothom pugui permetre's canviar fàcilment les seves decisions de compra

2. Entorn cultural. L'educació adquirida en matèria ambiental influeix molt en els àmbits de consum responsable. Segons l'Índex d'Acompliment Mediambiental del 2018 (*Environmental *Performance *Index, *EPI), Espanya se situa en el lloc número 12 a nivell mundial. Podem considerar-nos un dels països amb major consciència ambiental, encara que queda molt camí per recórrer.

3.. Internet ens ha permès prendre decisions de consum més responsables posant a la nostra disposició milions de llocs web on contrastar informació.

Hem de tenir present que, a més d'aquests factors externs, influeixen la millora del medi ambient.

CARACTERÍSTIQUES

altres interns, com la motivació personal de cada individu, la seva personalitat o la seva actitud.

5.Tenir una consciència ecològica de negoci

Tota la filosofia del nostre negoci ha de girar entorn de millorar el medi ambient, des del producte que oferim, les accions corporatives que realitzem, els processos d'enviament i l'embalatge, etc. No tindria sentit, per exemple, que els clients es quedaran molt contents de rebre la seva comanda embolicada en paper de bombolles i totalment folrat en plàstic.... Tenint en compte que es tracta d'un públic bastant exigent, pot portar a més d'un a una veritable crisi de reputació en línia, on les xarxes socials siguin segurament el camp de batalla.

ELS 4 PERFILS DEL CONSUMIDOR DE PRODUCTES ECO

1. Consumidor Healthy

Compra aquest tipus de productes per nutrició i salut

2. Consumidor Ressò Autèntic

Compradors conscienciats, a més de per la salut, pel medi ambient. Són conscients que el consum de productes ECO / BIO ajuda a cuidar el medi ambient a més de complir amb una producció responsable.

3. Consumidor Trendy

Compradors de productes ECO i BIO per tendència. Asseguren que els ajuden a cuidar-se, sense esmentar cap aspecte relacionat amb els nutrients o la sostenibilitat.

4. Consumidor Sibaris

Adquireixen productes ECO i BIO pel seu sabor i considerar-los productes més gourmet.