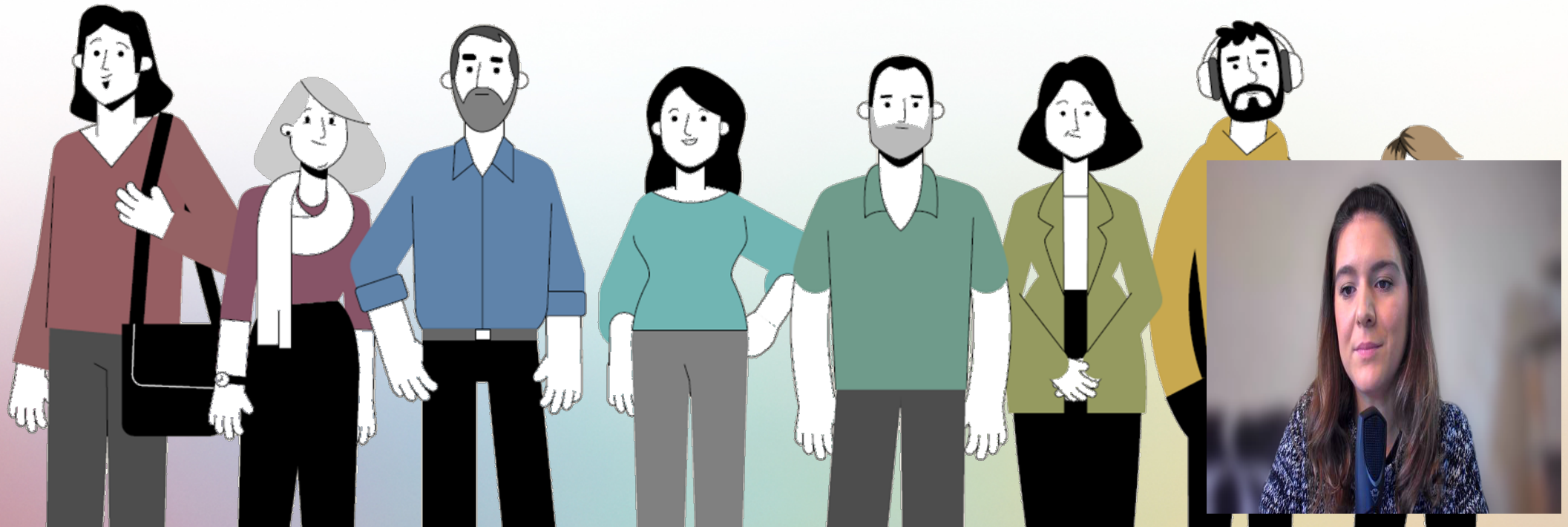
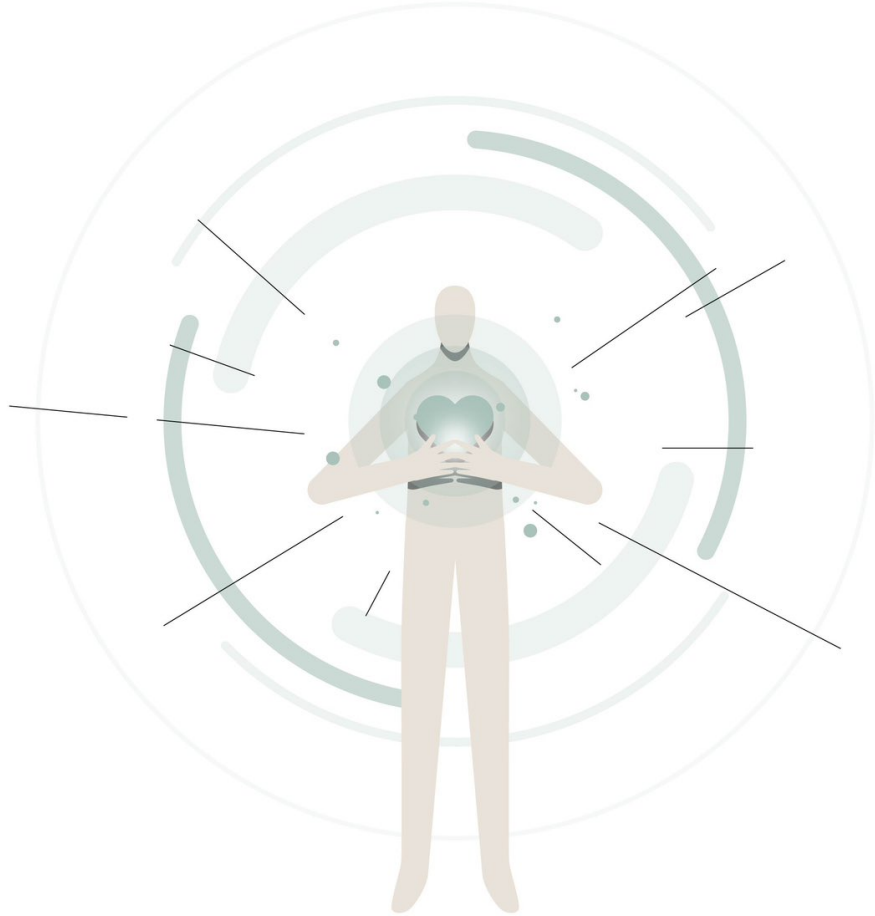
COMUNICACIÓN PARA AUDIENCIAS SEGMENTADAS

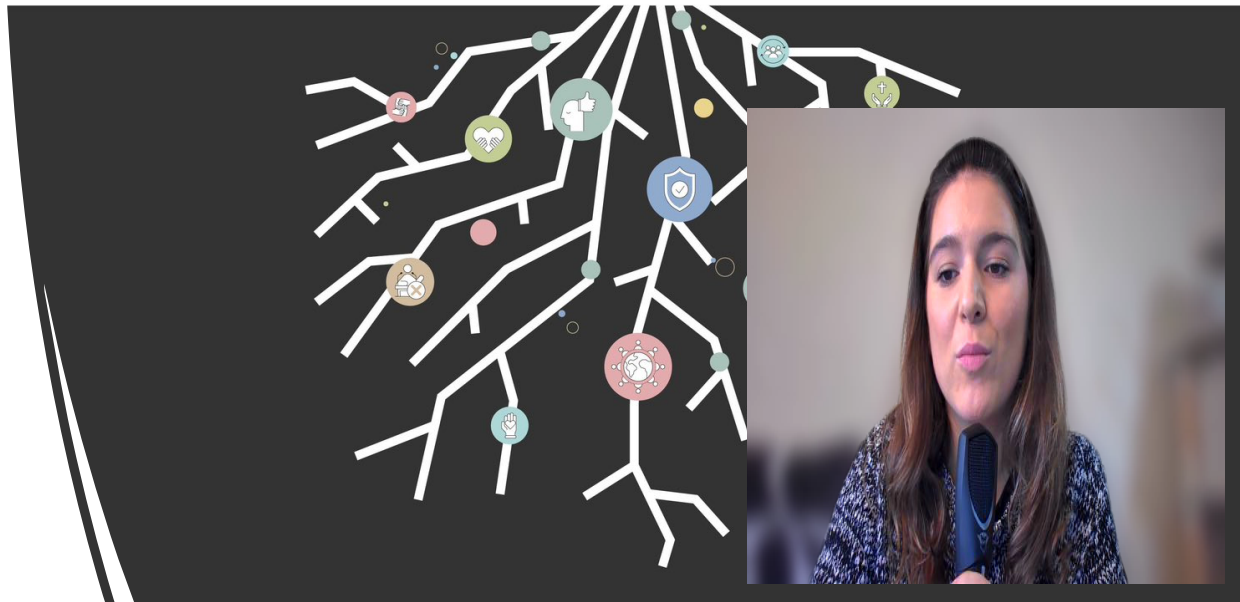
IV. Recomendaciones y consejos específicos para elaborar estrategias de comunicación para los segmentos progresistas



4 puntos estratégicos que aplicaremos a cada audiencia:

- Marco de trabajo
- Palabras o conceptos clave
- Canales + formatos prioritarios
- Prescriptores





Progresista acomodado

Marco de trabajo: Empatía, animalismo, ecologismo, solidaridad, coherencia, universalismo, intervencionismo.

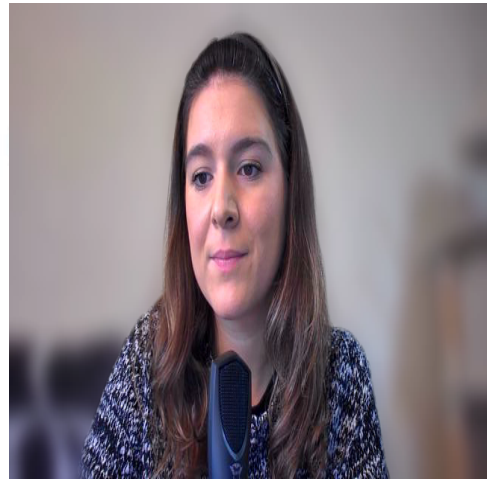
Prescriptores: activistas climáticos, organizaciones ambientales o ecologistas, personal científico, ganaderos y agricultores.

Palabras o conceptos clave: verde, beneficios, conciencia, izquierda, política, cosmopolitismo, natural.

Por lo general, se politiza durante su juventud, en las décadas de los 70 y 80, siendo partícipe de la transición española.

Valores

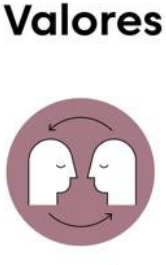
Empatía

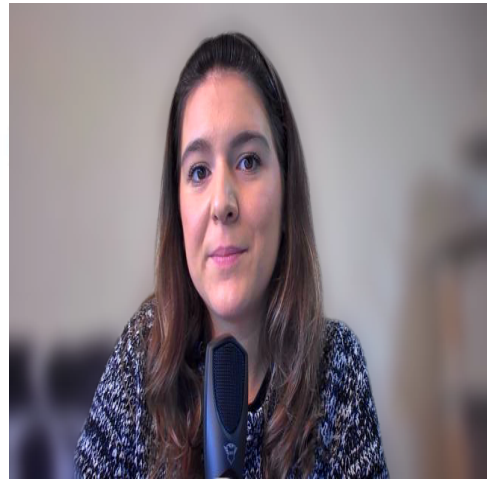


Aplicación del Ejemplo

Video de Facebook que poder mover por whatsapp y telegram donde el lema sea “Un pequeño cambio para mi, un gran cambio para ellos”. Aquí unos abuelos cuidan de sus nietos en la playa, recogen los plasticos de los helados que se comen, los tiran al amarillo, si se les cae algo al suelo, lo cogen y finalmente firman la ILP.

Reel / Tik Tok / Short campaña publicitaria en la que se vea un recuerdo de una chica cuando era muy pequeña en el Mar Menor donde el padre le dice “pezqueñines no, son muy pequeños, como tu, no les podemos hacer daño” y a continuación una imagen actual donde la hija lleva a su padre a limpiar las playas del Mar Menor, donde se ven a agricultores, científicos y otras familias protegiendo el espacio.





Progresista Crítico

Marco de trabajo: Universalismo, cosmopolita, bienestar, solidaridad, civismo, autonomía, libertad, redistribución de la riqueza, europeísmo, feminismo, tolerancia, hedonismo.

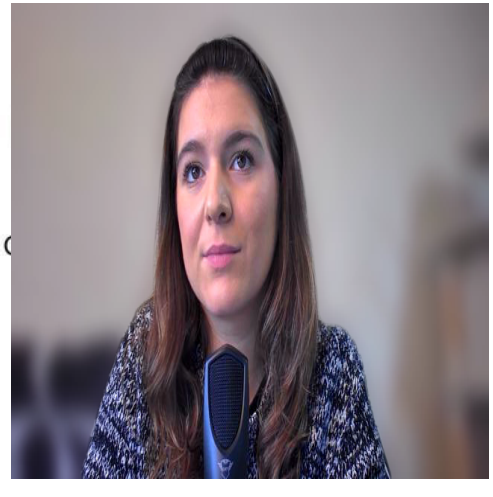
Prescriptores: activistas climáticos, organizaciones ambientales o ecologistas, personal científico, influencers activistas y críticos.

Palabras o conceptos clave: verde, preocupación, crisis climática, urgencia.

Auge y desencanto del 15M, la gran crisis económica de la década de 2010 su ideología se ha ido moviendo hacia posturas algo más liberales.

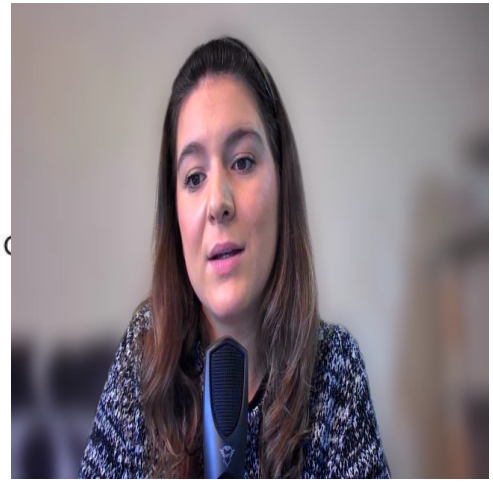
Valores

Tolerancia



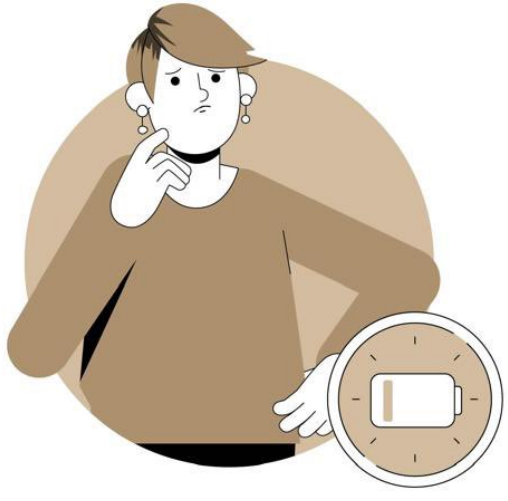
Aplicación del ejemplo

Reel / Tik Tok / Short / campaña publicitaria para youtube / con el eslogan “tú puedes salvarles”. Una chica jóven “baila” dentro de un agua azul casi transparente cuando ve llegar una masa de agua oscura que hace que se empiece a ahogar, en ese momento una mano aparece desde fuera y la saca de ahí, cuando va a salir la imagen es un caballito de Mar siendo protegido por un equipo de científicos.



Izquierda desencantada

La mayoría de personas de este segmento creció en los 80 y 90 con la promesa de la meritocracia enmarcada en el frontispicio del pacto intergeneracional.



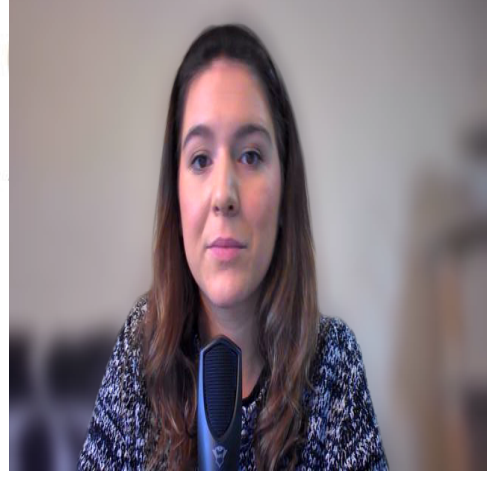
Marco de trabajo: Autonomía, cuidado, solidaridad, universalismo, hedonismo.

Prescriptores: ganaderos, agricultores, científicos, académicos y profesionales, influencers progresistas.

Palabras o conceptos clave: Cambio, preocupación, solución, cansancio, futuro, necesidad, urgencia.

Valores

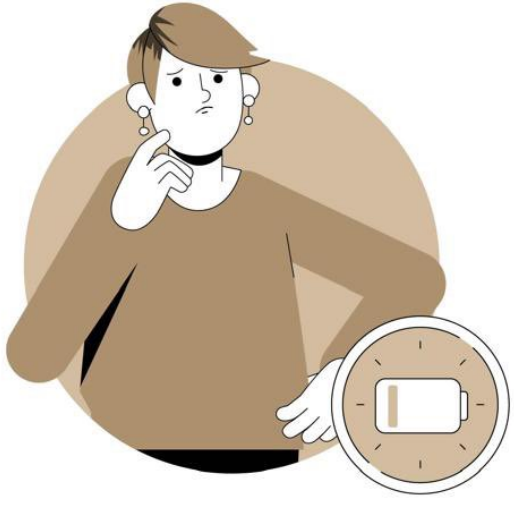
Autonomía



Aplicación del ejemplo

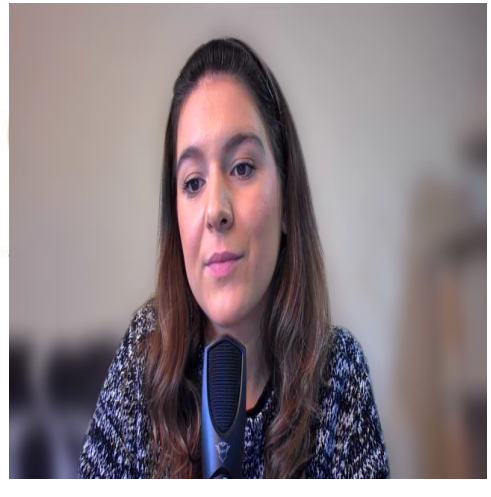
Campaña en redes sociales bajo el eslogan “hay futuro”, “No necesitamos planeta b, vamos a salvar el A”, “no puede volver a pasar”, “si ellos no se ocupan, nos ocupamos nosotros”. Colaboración con creadores de contenido progresistas y críticos que divulguen sobre derechos humanos y del medio ambiente, adaptando los lemas a su contenido para poder llegar de manera orgánica a sus audiencias.

La mayoría de personas de este segmento creció en los 80 y 90 con la promesa de la meritocracia enmarcada en el frontispicio del pacto intergeneracional.



Valores

Autonomía



Apolíticos desconectados

Marco de trabajo: vive y deja vivir, individualidad, resignación, autonomía, independencia, hedonismo, escepticismo, pesimismo, desafección, bienestar

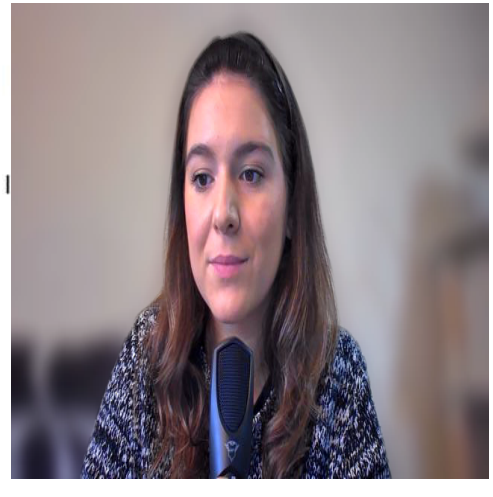
Prescriptores: Ganaderos, agricultores, científicos, académicos y profesionales, influencers lifestyle.

Palabras o conceptos clave: cansancio, bienestar, oportunidad, cotidianidad.

Viven en la ambigüedad y el desapego. Se caracterizan por su desconexión y falta de interés en temas políticos, pero también sociales y morales.

Valores

Vive y deja vivir



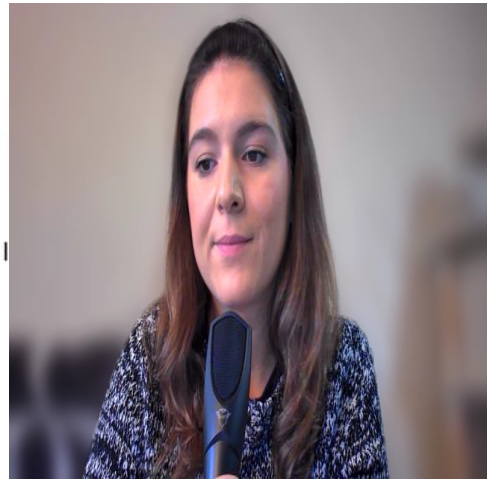
Aplicación del ejemplo

Reel / Tik tok / Short guiado por varios influencers de deporte, lifestyle, maternidad, que estén medianamente conectados con el medio ambiente para que expliquen lo que está ocurriendo con el Mar Menor y animen a firmar la ILP. Pensar en algo que está relacionado con sus temáticas y que podría verse afectado por la crisis climática, deportes con el aumento de la temperatura, lifestyle con el estrés y la ansiedad, maternidad con el aire contaminado que respiran sus hijos y relacionarlo con El caso del Mar Menor.

Viven en la ambigüedad y el desapego. Se caracterizan por su desconexión y falta de interés en temas políticos, pero también sociales y morales.

Valores

Vive y deja vivir



BLA
BLA
LAB