

Persona:

Jméno: Sarah

Věk: 25

Rodinný příjem: 40 000

Vztahový stav: Single (svobodná)

Lokalita: Městská

Televizní pořady: Sarah ráda sleduje pořady, které jsou ostré a které vybízejí k zamyšlení, jako například "Black Mirror" a "Stranger Things".

Nejčastěji používané sociální médium: Instagram

Názory: Sarah je ekologicky vědomá a cení si udržitelnosti. Je také zájemce o podporu malých podniků a podporu sociální spravedlnosti.

Osobnost: Sarah je tvořivá a nezávislá osoba, která si cení sebevyjádření. Je vycházející a ráda se seznamuje s novými lidmi a vždy hledá nové zážitky.

Koníčky: Ve svém volném čase se Sarah ráda věnuje malování, fotografování a psaní. Také ráda chodí na koncerty a festivaly a je aktivní v outdoorových aktivitách, jako je turistika a kempování.

Pracovní cíle: Sarah v současné době pracuje jako grafický designér a je nadšená z používání svých dovedností k vytvoření smysluplné a významné práce. Vždy hledá způsoby, jak se zlepšit a rozvíjet ve své kariéře.

Největší výzvy: Sarah má problém najít rovnováhu mezi prací a osobním životem a často se cítí přeplněná a stresovaná. Má také obavy o ekologický dopad svých denních volbách.

Jak sluneční brýle mohou pomoci: Sarah je přitahována myšlenkou nosit sluneční brýle vyrobené z recyklovaných materiálů, což souzní s jejími hodnotami a pomáhá snižovat její ekologickou stopu. Také oceňuje unikátní a stylový design průhledných brýlí, které jí umožňují vyjádřit svou osobnost a styl.

Časté otázky: Sarah se může ptát na odolnost a kvalitu brýlí a také na konkrétní materiály použité při jejich výrobě. Může se také chtít dozvědět více o udržitelnosti praktik a sociálních iniciativách společnosti.

Pracovní den: Sarah obvykle pracuje v pracovní době od 9 do 5 jako grafický designér, ale často pracuje i navíc večer a o víkendech, aby splnila termíny nebo pracovala na osobních projektech. Obvykle si dělá přestávky na

procházku nebo kávu a snaží se najít čas na krátkou cvičební sezení během oběda.

Volný den: Ve své volné dny se Sarah ráda věnuje venkovním aktivitám nebo tvůrčím činnostem. Může jít na výlet nebo navštívit uměleckou galerii nebo strávit den prací na osobním projektu, jako je malování nebo psaní. Ráda také tráví čas s přáteli při jídle nebo pití a často využívá volný čas k relaxaci a nabíjení baterií.

Argumenty pro přesvědčení Sarah o koupi slunečních brýlí: Sarah bude pravděpodobně přesvědčena ke koupi slunečních brýlí, pokud společnost dokáže prokázat své závazky v oblasti udržitelnosti a sociální odpovědnosti, stejně jako unikátní a stylový design brýlí. Může být také ovlivněna působivým příběhem značky nebo speciální nabídkou nebo slevou.

Klíčové slova:

- Průhledné sluneční brýle
- Sluneční brýle z recyklovaných materiálů
- Výrazné a barevné sluneční brýle
- Ekologicky šetrné sluneční brýle
- Udržitelné sluneční brýle
- Etické sluneční brýle
- Zelené sluneční brýle
- Ekologické sluneční brýle
- Sluneční brýle s šetrnou módou
- Sluneční brýle s nízkým dopadem
- Ekologicky šetrné oční pomůcky
- Udržitelné oční pomůcky
- Etické oční pomůcky

KPI:

ROI:

$ROI = (\text{Čistý zisk} / \text{Počáteční investice}) * 100$

Abyste mohli stanovit čistý zisk, musíte odčíst náklady společnosti, včetně nákladů na výrobu, nákladů na marketing a reklamu a nákladů na provoz, od tržeb společnosti.

V tomto případě společnost očekává zisk 300 Kč za pár prodaných brýlí (prodejní cena 400 Kč - náklady na výrobu 100 Kč). Pokud společnost prodá, například, 10 000 párů brýlí, celkové tržby budou 4 000 000 Kč (10 000 párů * 400 Kč/pár).

Předpokládejme, že náklady společnosti na marketing a reklamu jsou 200 000 Kč a náklady na provoz jsou 300 000 Kč. Čistý zisk by byl vypočítán následovně:

Čistý zisk = 4 000 000 Kč (tržby) - 1 000 000 Kč (počáteční investice) - 200 000 Kč (náklady na marketing a reklamu) - 300 000 Kč (náklady na provoz)
= 2 500 000 Kč

Pomocí vzorce uvedeného výše je ROI vypočítána následovně:

$ROI = (2\,500\,000\text{ Kč} / 1\,000\,000\text{ Kč}) \cdot 100 = 250\%$

To znamená, že společnost vygenerovala zisk odpovídající 250 % počáteční investice.

SWOT:

Silné stránky:

- Unikátní a stylový design: Sluneční brýle společnosti mají unikátní a stylový design, který je může odlišovat od konkurence a lákat zákazníky.
- Udržitelnost a ekologická svědomitost: Závazek společnosti používat recyklované materiály a být ekologicky svědomitá může lákat zákazníky, kteří váží udržitelnost a hledají ekologičtější produkty.
- Silný příběh značky: Příběh značky a poslání společnosti může být klíčovým prodejním argumentem a pomoci ji odlišit od konkurence.

Slabé stránky:

- Omezená znalost značky: Jako nová společnost může mít Luminus omezenou znalost značky a může být nutné investovat do marketingu a reklamy, aby si budovala zákaznickou základnu.
- Omezené distribuční kanály: Společnost může také mít omezené distribuční kanály a může mít problém dostat se k širší zákaznické základně.
- Závislost na jedné produktové linii: Pokud společnost nabízí pouze sluneční brýle, může být více zranitelná vůči změnám v preferencích zákazníků nebo tržních podmínkách.

Příležitosti:

- Rostoucí poptávka po udržitelných produktech: Je stále větší poptávka po udržitelných a ekologicky svědomitých produktech, což může být příležitostí pro Luminus, aby využila tuto trend.
- Expanze do nových trhů: Společnost může mít příležitost rozšířit se do nových trhů nebo regionů a rozšířit svou zákaznickou základnu.
- Možnosti spolupráce a partnerství: Luminus může mít příležitosti spolupracovat s jinými společnostmi nebo organizacemi, aby rozšířila své dosahy a využila doplnění svých sil.

Hrozby:

- Konkurence: Společnost může čelit konkurenci od jiných společností, které nabízejí podobné produkty nebo lákají na podobné zákazníky.
- Změny v preferencích zákazníků: Společnost může být zranitelná vůči

- změnám v preferencích zákazníků nebo kolísání tržních podmínek.
- Ekonomické propady: Ekonomické propady nebo jiné vnější faktory mohou mít vliv na prodeje a ziskovost společnosti.

