

## 2. SEGMENTOS DE MERCADO

Como hemos nombrado anteriormente, vamos a segmentar a nuestros clientes en dos tipos, en función del horario en el que abramos el Pub, es decir, entre semana, en donde el local está destinado a gente más mayor y los fines de semana donde el público objetivo serán los más jóvenes.

Entre semana: de 16:00 a 23:00, el Pub estará destinado a gente más madura, hablamos de personas entre 30 y 70 años, bien que estén haciendo un descanso en el trabajo y les apetezca tomarse una cerveza o bien que queden unos amigos para tomar algo y echar la tarde.

Fin de semana (jueves noche incluido): 22:00 a 5:00, sin duda es donde hay que dar mayor importancia, donde esperamos obtener el mayor grueso de nuestros ingresos y donde habrá que utilizar publicidad. Aquí nuestro público objetivo serán los jóvenes mayores de 21 años a los cuáles les gusta salir los fines de semana y los que tienen multitud de opciones para elegir. Ser llevará a cabo una política de precios, calidad y publicidad para intentar atraer a este núcleo. Venderemos todo tipo de bebidas al gusto del consumidor, con una selección de cervezas de importación que nos hará diferenciarnos de la competencia.

Erasmus: los "Erasmus" podemos incluirles en el segundo grupo, sin embargo quiero hacer mención especial a estos y se organizan fiestas en Pubs a las cuales acuden en masa, uno de los objetivos es lograr que el local se vea como un "Pub Erasmus" para que asista el mayor número de gente posible y ganarnos nuestra fama.

En resumen vamos a tener dos tipos de clientes claramente diferenciados, el consumidor que va normalmente un día a un bar para tomar algo, y los jóvenes que les gusta salir por la noche y que acuden a Pubs para pasárselo bien.