

Segmentación de mercado

Después de analizar el mercado al que nos podríamos dirigir, decidimos centrarnos en sólo segmento, el de niños y jóvenes, sobre el que aplicaremos una estrategia concentrada que nos permita diferenciarnos, especializarnos y conseguir mayor fidelización de nuestros clientes.

Con lo que nuestro público objetivo serán los niños y jóvenes de entre 8 a 16 años, con inquietudes culturales, muchas ganas de divertirse.

Vamos a tener en cuenta que estos serán nuestros clientes, pero nuestra estrategia de comunicación y publicidad irá también dirigida a sus padres, como prescriptores de esa actividad.