

DENTALART MUSEO



1. SEGMENTACIÓN DE MERCADO.

Dirigido a toda la población independientemente del rango de edad, sexo o cultura, ya que habrá diferentes guías, actividades, exposiciones y formas de visitar el museo pensadas para que toda la población pueda venir y no sentir que no está en su sitio.

En toda sociedad es necesario un conocimiento mínimo de la salud y dentro de nuestro museo conocerán más de cerca la salud oral y su paso por diferentes épocas y culturas.

Por eso pensamos que debemos realizar una segmentación de mercado dentro de nuestro museo, es decir, queremos llegar a toda la población, y ofrecer dentro del museo diferentes salas y actividades en función de la edad y de el nivel de comprensión de cada colectivo.

Por ejemplo, los niños dispondrán de una zona lúdica donde jugar, hablar...En definitiva interactuar, para que no tengan la sensación de que molestan si hacen ruido o corren de algún lado para otro, pero siempre respetando el ámbito odontológico.

Nos pondremos en contacto con colegios, tanto públicos como privados para darnos a conocer y realizar actividades, charlas con los alumnos para educarlos sobre la salud oral y reforzar sus conocimiento.

