

SEGMENTO DE MERCADO

Para la concreción de un segmento de mercado, hemos optado por diversas estrategias y fuentes de información para conocer tan profundamente como sea posible las peculiaridades y el comportamiento de compra de este grupo de población.

Primeramente, se ha dado respuesta a criterios generales demográficos, socioeconómicos y psicográficos, cuyos datos se recogen en la tabla a continuación:

| | ESCAPE ROOM TEATRO | JUEGO DE MESA |
|--------------|---|--|
| Edad | 20 a 35 años | 16 a 50 años |
| Sexo | Indiferente | |
| Renta | Media | Media |
| Aficiones | Teatro, escape room | Puzles, juegos de lógica |
| Gustos | Terror, misterio, intriga – puede ser indiferente, mientras que no le disguste pasar miedo | |
| Motivación | Resolver enigmas, vivir nuevas experiencias, relacionarse con actividades de su sector profesional | Vivir la experiencia de un escape estando en casa |
| Necesidad | Ocio diferente adaptado a su edad, gustos, situación personal y pandemia | Entretenimiento en condiciones de pandemia; reuniones en casa... |
| Problemas | Poder adquisitivo; desmotivación o pérdida del factor sorpresa con respecto a las experiencias anteriores | Pandemia; entretenimiento en casa |
| Personalidad | Inquieta, creativa, inteligente, resolutiva | |

De la tabla anterior se extrae que solo se trabajará con un segmento de mercado, homogéneo y con una particularidad clave: la atracción por el género del terror.

Una vez definidos los rasgos básicos, se ha concretado aún más el perfil a través de la técnica del buyer persona, consistente en crear el consumidor ideal o coger como modelo a una persona real y potencial compradora. Este recurso es especialmente útil para diseñar y personalizar la atención al consumidor, base del plan de comunicación de Dysania,

Hemos tomado como referencia para elaborar el mapa de empatía a una de nuestras seguidoras, Cristina Moltó Álvarez, mujer de 22 años y residente en Gijón. Ha jugado en torno a 30 salas y ha trabajado como game master en un popular escape room de la ciudad, "Escape Real".

Actualmente, está estudiando Producción de Audiovisuales y Espectáculos, por lo que apenas tiene tiempo libre y valora las distintas alternativas de ocio en base a su disponibilidad horaria, concentrada en viernes y fines de semana. Se considera de poder adquisitivo medio.

No tiene cargas familiares, aunque le gusta pasar tiempo con su familia. A este tipo de actividades suele asistir con ellos y sus amigos, con los que comparte el interés por los escape rooms y el teatro.

A la hora de decidirse por una forma de ocio, aprecia la claridad, la facilidad para obtener información e interactuar con los responsables de la actividad dentro de unos plazos razonables. Recibe la información a través del boca a boca y las redes sociales. El género del escape no es determinante a la hora de tomar la decisión de compra, pero le atrae el género de terror, especialmente, por la novedad que representa.

A través de este retrato, se configuró el mapa de empatía:

¿Qué ve?

- Actualmente, el ocio está limitado por la pandemia. Alega además falta de tiempo para realizar actividades a causa de sus estudios.
- Se mueve en el CISLAN, ambiente estudiantil, círculos de amigos...
- Recibe información a través de las redes sociales (sobre todo Instagram), donde sigue a las distintas compañías de teatro y salas de escape; de estas últimas, suele llegarle publicidad. Generalmente, este público no consume radio ni televisión, sino que optan por plataformas digitales, también para sus compras.

¿Qué escucha?

- Sus amigos se enfrentan a las mismas necesidades y problemas en cuanto a ocio.
- Valoraciones de otros aficionados a los escape rooms a través de Instagram.
- Debe concentrarse en sus estudios y obligaciones familiares y dispersarse con el ocio.

¿Qué piensa y siente?

- Le motiva descubrir ambientes nuevos.

- Acabar sus estudios y dedicarse al mundo de los eventos y espectáculos.

¿Qué dice y hace?

- Le gustan los escapes rooms y el teatro y es coherente con ello: suele hablar de escapes con la gente a su alrededor, focaliza sus trabajos en esta temática...
- Es seria, atrevida, de personalidad abierta.

Esfuerzos:

- Le asusta la soledad.
- Le frustra la falta de control y de colaboración, por lo que necesita un equipo compenetrado a la hora de enfrentarse al reto.
- Acabar sus estudios para ser independiente.

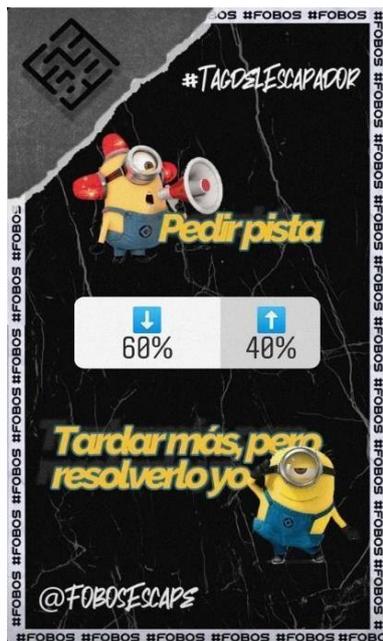
Resultados:

- Espera sentirse realizada.
- Pretende rebajar sus expectativas para poder disfrutar más.
- Aprender a lidiar con los problemas.

Además de los segmentos tradicionales, se trabajará en la obtención de un perfil de jugador para el diseño de la sección de escape room.

En este caso, la información proviene de una fuente externa, pues ha sido extraída de las encuestas realizadas en la cuenta de Instagram @foboescape:



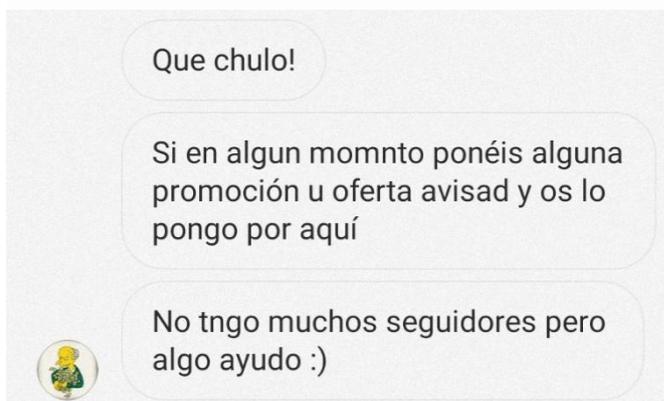
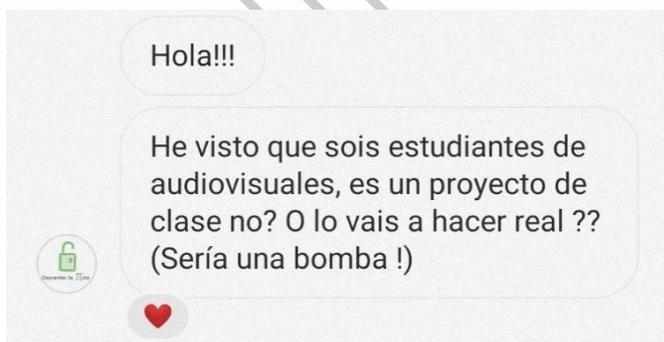
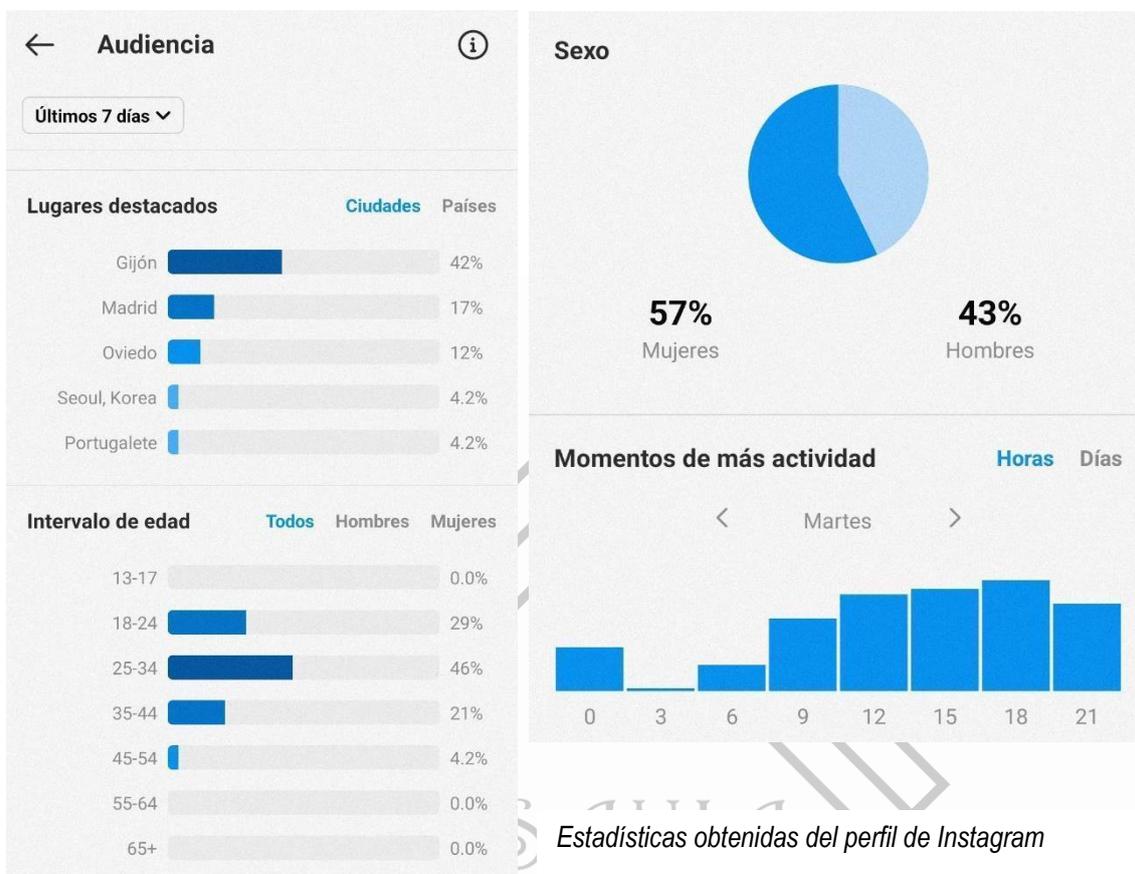


También plantearemos una encuesta a los seguidores de Instagram para validar los datos obtenidos en las distintas fases de la investigación previamente explicada.

Se reducirá a la sección de mejores amigos de Instagram, donde se encuentran las personas que se han apuntado en una historia publicada anteriormente. Este grupo, compuesto por cuentas de jugadores de escapes principalmente, será el grupo base del que partirán nuestros datos y deducciones.

Por último, se plantea realizar testeos del juego con distintos grupos escogidos de entre los participantes de retos como el calendario de adviento. Estas personas serán entrevistadas con la intención de que aporten libremente comentarios y sugerencias sobre el desarrollo del juego y la experiencia vivida. Se enfocará de manera informal, con un moderador que encarrile la conversación únicamente hacia ciertos aspectos de interés para Dysania.

VALIDACIÓN DE SEGMENTO



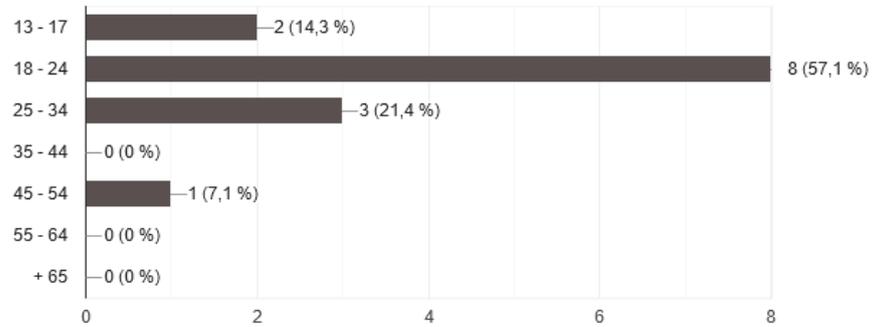
Comentarios de apoyo e interés recibidos en la cuenta de Instagram

Este fue el resultado de las encuestas:

1. Franja de edad: se corrobora que el público que nos sigue es un público joven, sobre todo en torno a los 18-24 años.

Franja de edad

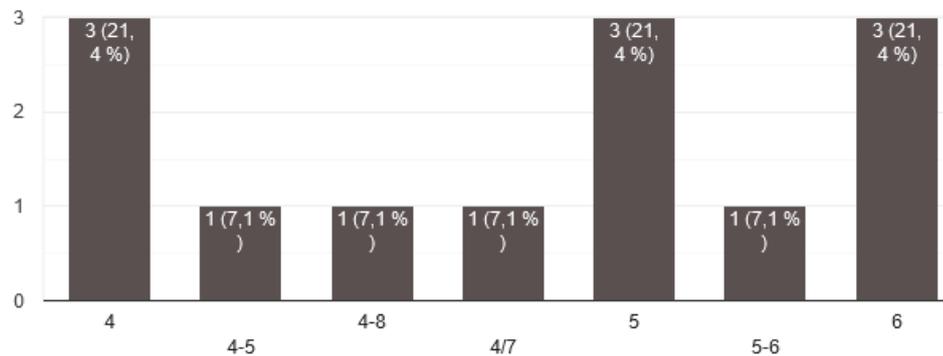
14 respuestas



2. ¿Cuántos jugadores soléis acudir juntos?: la mayoría de grupos están conformados por 4 o 5 personas.

¿Cuántas personas soléis acudir juntas a un escape room?

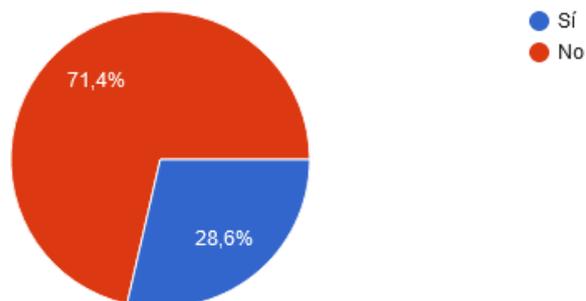
14 respuestas



3. ¿Vas habitualmente al teatro?: la asistencia al teatro no es habitual entre nuestro público.

¿Vas habitualmente al teatro?

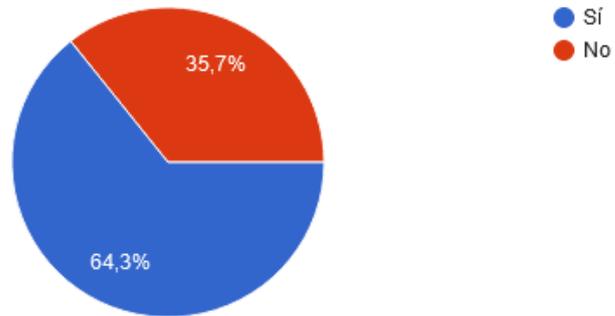
14 respuestas



4. ¿Conoces el teatro inmersivo?: esta modalidad teatral se encuentra extendida en la actualidad y ya hay mucha gente que ha oído hablar de ella.

¿Conoces el teatro inmersivo?

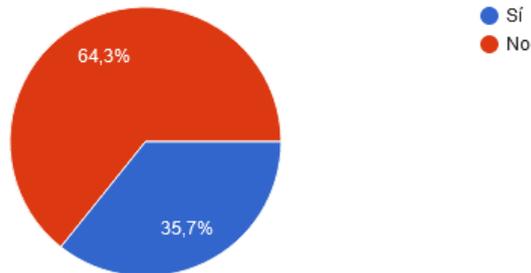
14 respuestas



5. ¿Juegas a escape rooms de mesa?: posible público objetivo en caso de llevar a cabo la alternativa de un juego de mesa por la crisis sanitaria del COVID – 19.

¿Juegas a escape rooms de mesa?

14 respuestas



6. Franjas de precios que estarían dispuestos a pagar: de esta manera, se podrán fijar los precios y conocer mejor la elasticidad que soportaría nuestro público objetivo.

¿Cuánto estarías dispuesto a pagar?

