

SEGMENTACIÓN DE MERCADO

	<p style="text-align: center;"><u>Índice</u></p> <p style="text-align: center;">1. SEGMENTACIÓN DE CLIENTES</p> <p style="text-align: center;">2. BUYER PERSONA</p>
---	---

1. SEGMENTACIÓN DE CLIENTES

público objetivo

- Nuestro público objetivo son personas a las que les guste la aventura, hacer escapadas a la naturaleza, ver amaneceres en sitios indescritibles, hacer rutas de senderismo, actividades deportivas, o que simplemente busquen desconectar de la tecnología.
- Nuestro producto va dirigido a personas normalmente responsables, deportistas, con una vida saludable, que estén concienciadas con el medio ambiente.
- No hace falta que nuestros clientes tengan un nivel adquisitivo alto, ya que nuestros precios son más accesibles en comparación a un hotel. Nos centramos principalmente en personas que tengan la mayoría de edad. Su estado civil realmente es irrelevante.

2. BUYER PERSONA

Familia de 3 miembros:

Eliot 35 años, Rosa 32 años, y Laura, la hija de 11 años. Su rutina de todos los fines de semana es disfrutar de pequeños momentos juntos en familia, les gusta el deporte y tienden a hacer rutas de montaña, como senderismo. Y les apasiona la vida en el monte.

Tienen un nivel económico bastante estable por lo que por ello aspiran a conocer mundo.



Eliot



Laura



Rosa

Pareja joven compuesta por Noelia de 24 años y Jorge de 27 años, que disfruta del tiempo libre en playas y piscinas naturales cada vez que se pueden permitir compaginarlo con los estudios y el trabajo, buscan desconectar de la sociedad y así tener unos días de retiro e intimidad que pueda fortalecer la relación y el disfrute de parajes naturales.



Jorge

Noelia

Jesús, señor de 52 años, apasionado a recorrer pequeños lugares y conocer su historia para desconectar de la rutina y disfrutar de su tiempo libre. Apasionado del mundo de la lectura y de disfrutar la tranquilidad de la naturaleza.



Jesús