

Gure eskaintza jakinarazteko eta merkatu-segmentu desberdinetara iristeko, honako hau egingo dugu:

1. Komunikazio-estrategia:

- **Sare sozialak:** Instagram, Twitter eta Facebook bezalako plataformak erabiliko ditugu app-aren onurei buruzko informazioa partekatzeko. Eduki interaktiboa argitaratuko dugu, hala nola aplikazioa erabiltzeko moduari buruzko tutorialak, promozioak eta Bilboko trafikoari buruzko albisteak.
- **Publizitate-kanpainak:** Gidariei zuzendutako kanpainak garatuko ditugu, azalduz nola lagunduko dien app-ak denbora aurrezten eta aparkatzeko arazoak saihesten.
- **Lankidetzak Udalarekin:** Bilboko Udalarari proposatuko diogu app-a sustatzea mugikortasuna hobetzeko eta kutsadura murrizteko irtenbide gisa.
- **Email marketina:** Posta pertsonalizatuak bidaliko dizkiegu erregistratutako erabiltzaileei, erreserbak gogorarazteko, trafikoari buruzko aholkuak emateko eta app-a erabiltzeagatik deskontu bereziak egiteko.

2. Banaketa-kanalak:

- **Aplikazio mugikorra:** Gure banaketa-kanal nagusia app-a bera izango da, eta erabiltzaileek erraz deskargatu ahal izango dute Google Play eta App Store-tik.
- **Webgunea:** Web orri argi eta erraza izango dugu, non erabiltzaileek izena eman, erreserbak kudeatu eta euskarri teknika lortu ahal izango duten.
- **Garraio publikoa eta aparkalekua:** App hori garraio publikoko geltokietan eta aparkalekuetan argitaratuko dugu, alternatibak bilatzen dituzten gidariak hartzeko.
- **Elkarteak tokiko enprekin:** app-aren bidez aparkalekua eskain dezaketen enprekin edo merkataritza-guneekin akordioak egingo ditugu.

3. Merkatuaren segmentazioa:

- **Ohiko gidariak:** Egunero autoa erabiltzen duten eta hirigunean aparkatu behar duten pertsonak.
- **Turistak:** App-ak hainbat hizkuntzatan eskaintzen du informazioa, bisitariek ere zerbitzua jaso dezaten.

- **Enpresak:** Eskari handiko eremuetan aparkatu behar duten langileentzat app-a erabiltzea proposatuko dugu, enpresak langileen artean konponbide hori sustatzera bultzatuz.