

Merkatuaren segmentazioa

Geografikoki, autobus zerbitzuak, hiri barruan, eskualdeetan edo nazio mailan eskaintzen dira, udalerri edo probintzia jakin batzuetan. Demografikoki, adina eta familia egitura kontuan hartuta segmentatzen da, adibidez, gazteentzako festak, helduentzako kultura ekitaldiak eta familientzako planak antolatzen dira. Psikografikoki, interesen eta bizitza estiloaren arabera segmentatuz, hala nola, musika jaialdiak, gastronomia festak, kirol lehiaketak eta arte ekitaldiak. Era berean, VIP zerbitzuak eta luxuzko esperientziak ere eskaintzen dira.

Gainera, planen eta aldiaren arabera, eguneko planak edo asteburuko bidaia luzeagoak antola daitezke. Horrela, zerbitzuak, beharretan eta interesetan oinarrituta segmentatu ahal izango ditu, eskaintza eraginkorrak eta pertsonalizatuak izateko