

Segmentación de mercado

Nuestra idea está enfocada principalmente a un mercado de nichos. Los potenciales clientes van a ser turistas y/o aquellas personas interesadas en conocer más sobre Logroño. Sobre todo a esas personas que se quieren salir de lo común, que no buscan solamente una ruta guiada más, quieren algo diferente y que no les fuerce u obligue a nada, el cliente decidirá qué es lo que querrá hacer en todo momento.

También hay que tener en cuenta que a estos potenciales clientes les han de gustar este tipo de actividades.

La actividad está dirigida a un rango de edades que se comprende a partir de los 18 años, con posibilidad de crear versiones para familias en la que los retos están más enfocados a niños, Estos nuevos retos adaptados buscarían facilitar aún más el aprendizaje a través del entretenimiento para introducirlos de forma eficaz a la historia y cultura.

Otro segmento de mercado que nos interesa es la gente de nuestra CA, que no busca turismo como tal pero sí una aproximación distinta a la habitual a nuestra historia, gastronomía, museos...

Debido a que nos dirigimos a un público muy específico también hemos decidido buscar atraer más gente a través de crear diferentes rutas con diferentes temáticas.

- Gastronomía (rutas por la Laurel, la San Juan y la Mayor)
- Sucesos
- Historia
- Museos
- Monumentos religiosos
- Logroño Night
- Fantasía
- Promocionales de temporada (San Mateo, San Bernabé...)