

La segmentación de mercado es un proceso clave para definir quiénes serán los clientes potenciales de la aplicación. En este caso, nuestra app está diseñada para mejorar la experiencia de los turistas y facilitar la comunicación en recorridos guiados. Para ello, podemos dividir nuestro público objetivo en varios segmentos, basándonos en diferentes criterios como intereses, necesidades y comportamientos.

1. Turistas internacionales

Uno de los principales segmentos de mercado son los turistas que visitan países donde no dominan el idioma local. Este grupo está compuesto por personas que buscan disfrutar de una experiencia de viaje enriquecedora sin preocuparse por las barreras lingüísticas. Dentro de este segmento podemos identificar diferentes subgrupos:

Familias en vacaciones: Muchas familias viajan con niños o adultos mayores que pueden tener dificultades para entender otros idiomas. La app les permitirá disfrutar de los recorridos sin preocuparse por la traducción.

Mochileros y viajeros solitarios: Las personas que viajan solas suelen buscar herramientas que les faciliten la comunicación en un entorno extranjero. Esta app les permitirá integrarse mejor en las experiencias turísticas sin depender de intérpretes o guías en su idioma nativo.

Grupos de estudiantes: Muchos viajes escolares o universitarios incluyen visitas a museos, monumentos históricos y otros puntos de interés cultural. La app será una gran herramienta para mejorar la comprensión del contenido de las visitas guiadas.

Viajeros de negocios: Algunas personas que viajan por trabajo pueden querer aprovechar su tiempo libre para conocer la ciudad o realizar visitas culturales, pero la barrera del idioma puede ser un problema. La app les brindará una solución rápida y eficiente.

2. Guías turísticos y empresas de turismo

Otro segmento clave son los propios guías turísticos y las empresas que organizan recorridos. Para ellos, la app representa una ventaja competitiva, ya que les permitirá atraer a un público más amplio sin la limitación del idioma.

Guías turísticos independientes: Muchos guías trabajan por cuenta propia y dependen de su habilidad para comunicarse en varios idiomas. Sin embargo, aprender múltiples idiomas puede ser difícil y costoso. Con la app, podrán ofrecer sus servicios a turistas de diferentes nacionalidades sin necesidad de hablar su idioma, aumentando así sus oportunidades laborales.

Empresas de tours organizados: Compañías que ofrecen recorridos en ciudades turísticas, museos, parques nacionales y otras atracciones podrán integrar la app como parte de su servicio, brindando una experiencia de mayor calidad a los visitantes internacionales.

Museos, centros culturales y atracciones turísticas: Lugares como museos, sitios arqueológicos o reservas naturales podrían utilizar la app para que los visitantes reciban información en su propio idioma mientras recorren la atracción.

3. Instituciones educativas

Las universidades y colegios que organizan viajes de estudio pueden beneficiarse del uso de la app en sus visitas académicas. Muchas veces, los estudiantes participan en excursiones a sitios históricos o científicos en otros países, y contar con una traducción precisa en tiempo real mejorará su comprensión y aprendizaje.

4. Agencias de viajes

Las agencias de viajes podrían ser aliadas estratégicas al ofrecer la app como parte de sus paquetes turísticos. Al incluir la aplicación dentro de su oferta de servicios, las agencias pueden diferenciarse de la competencia al proporcionar una herramienta innovadora que mejora la experiencia del viajero.

5. Personas con necesidades de accesibilidad lingüística

Este segmento incluye personas que, por diferentes razones, pueden enfrentar mayores dificultades para comunicarse en un idioma extranjero.

Personas mayores: Los viajeros de edad avanzada suelen encontrar más difícil aprender o recordar palabras en otros idiomas. La app les permitirá seguir el recorrido sin sentirse perdidos o excluidos.

Personas con discapacidades auditivas o dificultades del habla: Aunque nuestra app se basa en audio, se podría desarrollar una versión con subtítulos para que personas con discapacidad auditiva también puedan beneficiarse.

6. Segmentación geográfica

La app sería especialmente útil en destinos con un alto volumen de turismo internacional. Ciudades como París, Roma, Tokio, Nueva York, Barcelona o Londres reciben millones de visitantes cada año de diferentes partes del mundo. También podría implementarse en países emergentes que buscan fomentar el turismo internacional, ya que facilita la comunicación entre turistas y locales.

7. Segmentación demográfica

Nuestra aplicación está dirigida a personas de distintas edades y niveles educativos, pero con un enfoque en viajeros que buscan experiencias enriquecedoras. Desde adultos jóvenes interesados en la historia y la cultura hasta familias que desean disfrutar de recorridos sin barreras de comunicación, todos pueden encontrar valor en el servicio.

8. Segmentación conductual

Desde el punto de vista conductual, nuestro público objetivo está compuesto por turistas que priorizan experiencias personalizadas y tecnológicas. Personas que están acostumbradas a usar aplicaciones móviles durante sus viajes y que valoran soluciones que les hagan la vida más fácil estarán más inclinadas a descargar y utilizar la app.