

Segmentacja klientów- analiza przypadku.

Wiemy już co to segmentacja rynku, jakie są jej kryteria.

Dziś przeanalizujemy segmentację rynku na przykładzie rynku turystycznego.

Jest faktem, iż czas wypoczynku to czas przyjemny i chyba wszyscy, bez wyjątku, na ten czas czekamy (lubimy wakacje, no nie :)).

Jednak z uwagi na to, że każdy z nas jest inny, ma inne potrzeby – chcemy wypoczywać inaczej.

Wyobraź sobie, że dostałaś od babci domek, masz duży dom na wsi w górach czy nad morzem, albo wygrałaś w jakiejś loterii na tyle dużo pieniędzy, że możesz wybudować hotel, pensjonat, ośrodek wypoczynkowy itd. Nie ważne. Postanowiłaś postawić pierwsze kroki w branży turystycznej. Ponieważ już wiesz, że ludzie różnią się potrzebami, musisz przeprowadzić segmentację rynku, czyli podzielić rynek na części a następnie wybrać tzw. RYNEK DOCELOWY (ale to na następnej lekcji:))

Najważniejsze grupy docelowe w turystyce:

Poznaj najważniejsze grupy docelowe w branży turystycznej oraz sposoby na to, by do nich dotrzeć.

◦ ***Rodziny z dziećmi***

Jedna z najliczniejszych grup na rynku. Jeśli chcesz do niej dotrzeć, **zainwestuj w atrakcje dla dzieci**: plac zabaw, trampolina, basen ogrodowy. Pomyśl również o rodzinach z naprawdę małymi dziećmi, dla których warto kupić łóżeczko turystyczne, waniekę, przewijak czy też specjalne krzeselko do karmienia.

Dobrym rozwiązaniem jest stworzenie we wnętrzu budynku kąpieliska do zabawy. Powinny się w nim znaleźć pluszowe zabawki, klocki, kolorowanki, kredki, bajki dla dzieci i gry planszowe. Jeśli w opisie zamieszczasz informacje o sali zabaw, animacjach, dodaj również program, informacje o tym, kto prowadzi te zajęcia oraz zdjęcia atrakcji dla dzieci.

◦ ***Seniorzy***

Grupa wiekowa z tendencją wzrostową. Często unikają wysokiego sezonu, ze względu na koszt i liczbę turystów. Wbrew obiegowej opinii **są bardzo aktywni, lubią zwiedzać, spacerować, spędzać czas na świeżym powietrzu.**

Zwracają uwagę na takie aspekty jak: odległości od plaży czy centrum, basen znajdujący się w pobliżu, możliwość skorzystania z zabiegów, restauracje w okolicy, Dla tej grupy istotne jest również czy w obiekcie dostępna jest winda, wyżywienie, aneks kuchenny, czajnik w pokoju, kije do nordic walkingu, parawany na plażę, leżaki, parasole itp. Seniorzy cenią sobie kontakt z drugą osobą, zwłaszcza jeśli jest to grupa rówieśnicza.

Warto więc stworzyć miejsce, w którym mogliby się spotkać i porozmawiać albo organizować wieczorki zapoznawcze.

- ***Osoby aktywnie spędzające czas wolny***

Dla aktywnej grupy **warto mieć w ofercie rowery, kajaki, sprzęt do gier zespołowych, piłki, rakiety do tenisa, paletki do tenisa stołowego, badmintonu itd.** Poinformuj turystów, co dzieje się w czasie ich urlopu, powiedz o ciekawych miejscach, regionalnych specjałach i tradycjach, a także polecanych restauracjach oraz innych miejscach wartych odwiedzenia.

Jeśli twój obiekt położony jest w pobliżu tras pieszych lub rowerowych, parków, zabytków czy innych ciekawych miejsc – przygotuj mapy i przewodniki, które ułatwią turystom poruszanie się. Informacje na ten temat można znaleźć na naszej stronie.

W związku z tym, że pogoda jest nieprzewidywalna dla nieprzygotowanych turystów warto mieć płaszcze przeciwdeszczowe, parasole czy inne rzeczy, które mogą przydać się w deszczowych chwilach.

- ***Turyści statyczni, tzw. leżaki***

Są to osoby, które **relaksują się i najlepiej odpoczywają nic nie robiąc.** Tacy turyści jadąc na urlop, praktycznie nie wychodzą z obiektu noclegowego. Istotne, żeby wszystko było na miejscu: wyżywienie, atrakcje, animacje itp.

W zależności od preferencji takie osoby spędzają cały dzień na plaży, na świeżym powietrzu, na hamaku lub leżaku. Często szukają cichych miejsc, gdzie można obcować z naturą, pojechać na ryby, rozpalić ognisko. Kluczowe dla tej grupy będzie zaopatrzenie obiektu w podstawowe elementy – goście zwracają uwagę na otoczenie, jakość obiektu oraz wyposażenie potrzebne do statycznego wypoczynku: grill lub miejsce na ognisko, basen.

Oczywiście wspomniane grupy mogą się przenikać, nie zawsze są one hermetyczne i jednorodne. Dlatego **najlepiej jest dostosować swoją ofertę indywidualnie do turysty**, gdyż nie każdy lubi być zasypywany propozycjami. Niektórzy przyjeżdżają z gotowym planem urlopu, inni wolą spontanicznie planować swój czas – ale mimo wszystko warto zadbać o to, by mieli możliwość skorzystania z TWOICH propozycji.

Zadanie na ocenę. Proszę przesać do dnia 5 kwietnia 2020 r. na adres:

joanna.glogowska3@wp.pl

Przeprowadź segmentację rynku (tak jak w dzisiejszym przykładzie) na dowolnej działalności (najlepiej takiej, o której założeniu może marzysz?)

