

BEZERO SEGMENTUAK



Zarauzko gure rage roomerako merkatua segmentatzeko estrategia sendo bat garatzeko, funtsezkoa da bezero potentzialen profilak eta haien beharrak ulertzea. Aisialdiko beste negozioetan ez bezala, rage room batek esperientzia paregabea eskaintzen die pertsonen tentsioak askatzeko, erreprimitutako emozioak adierazteko eta adrenalina giro seguru batean deskargatzeko. Jarduera hau publiko anitzari irekitzea izango da gure ikuspegia, eta aukera emango dugu bai bertakoek bai adin eta interes desberdinetako turistek balioa izan dezaten proposamen honetan. Jarraian, bezeroen funtsezko segmentuak banakatuko ditugu eta bakoitzerako ikuspegi espezifikoak planteatuko ditugu, beraien artean:

- **Gazte eta heldu gazteak (18-35 urte):**
- **Belaunaldi anitzeko familiak eta taldeak:**
- **Enpresak eta lantaldeak:**
- **Helduak (55 urtetik gorakoak):**
- **Turistak eta noizbehinkako bisitariak Zarautzen:**
- **Plan alternatiboen zale amorratuak:**

Rage room esperientzia pertsonalizatua eta bezero-profil desberdinetara egokitzeko modukoa eskaintzean, ziurta dezakegu gure negozioa jarduera inklusibo eta aberasgarri gisa ikusten dela publiko ugarentzat. Gure marketin-estrategiak dibertsifikatzean eta rage room esperientzia talde bakoitzera egokitzean, gure irismena maximizatuko dugu eta askotariko bezeroen oinarria erakartzea lortuko dugu. Horrela, gure rage rooma, Zarautzen, deskarga emozional, dibertimendu eta ongizateko gune berritzaile gisa sendotuko da, eskualdeko aisialdi eskaintzari lagunduz eta bisitatzen duten guztiei esperientzia terapeutiko eta paregabea eskainiz.