



9.a. La segmentación de mercado: ¿Qué especialización elijo para mi negocio?

No todos los clientes son iguales, y por consiguiente, debe de adaptarse la oferta y la promoción a las peculiaridades específicas de cada grupo de clientes.

La segmentación consiste en diseñar los productos o servicios específicos para cada grupo de clientes o segmento de mercado, adaptando la oferta y comunicación a cada turista particular.

Cada establecimiento de turismo rural debe de identificar y priorizar aquellos segmentos que sean más atractivos para el destino y especialmente para nuestra empresa (variables a tener en cuenta: gastos medio diario, número medio de días de estancia, estacionalidad, volumen, crecimiento, edad, etc.).

La Segmentación facilita generar una oferta diferenciada de nuestro negocio y entorno para el mercado, que nos ayuda a distinguirnos de nuestra competencia.

Podemos afirmar que tener éxito en el desarrollo de la actividad turística en el medio rural radica en saber especializarse y utilizar este argumento en la promoción del alojamiento como estrategia para acceder de manera real a grupos homogéneos de clientes que demandan nuestra especialización.

No son excepcionales los casos en los que un alojamiento turístico ha resuelto la viabilidad empresarial de su negocio mediante la especialización en un segmento muy definido de la demanda: astrología, rutas 4x4, caza menor, yoga, seminarios, parejas con actividades muy concretas, gastronomía, ecoturismo, senderismo, etc.

Es imprescindible especializarse para incidir de manera clara en los mercados, clarificar y diferenciar nuestra oferta, aumentar ventas, fidelizar nuestros clientes y, en definitiva, tener éxito en nuestra empresa. Este proceso supone dar el salto de un establecimiento ubicado en un destino rural, más o menos interesante, a un establecimiento percibido como destino turístico para un segmento.