

IDENTIFICAREA PRINCIPALELOR SEGMENTE DE CLIENTELĂ

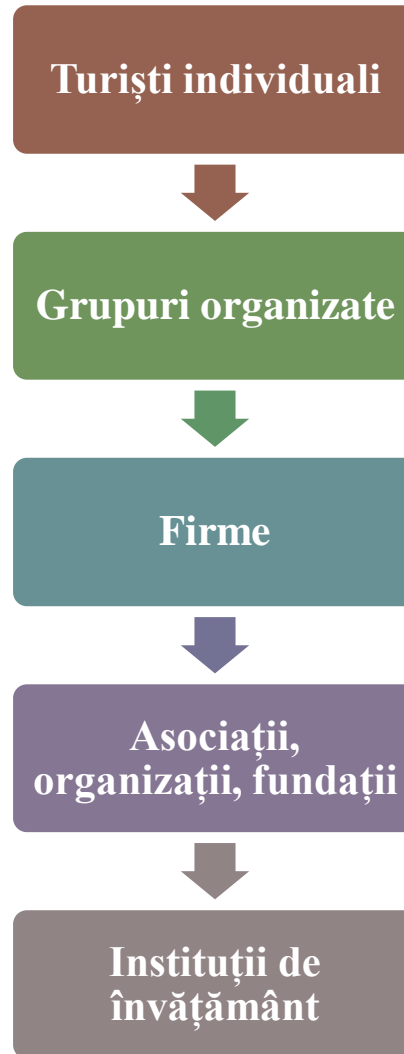
Disciplina: Activitatea agenției de turism

Clasa: a XI – a A

Cheia succesului vânzării unui produs turistic constă în *identificarea și selecționarea acelor segmente de piață cărora produsele turistice oferite* le pot face în cele mai bune condiții economice și pentru o perioadă cât mai îndelungată.



CLIENTELA POTENȚIALĂ A UNEI AGENȚII DE TURISM



SEGMENTAREA PIETEI TURISTICE

Marea diversitate a clientelei impune necesitatea abordării diferite a fiecăruia dintre segmente, astfel încât oferta de servicii să vină în întâmpinarea dorințelor și nevoilor acestora.

Pentru aceasta, este necesară segmentarea pieței turistice.



DEFINIȚIE

SEGMENTAREA PIETEI TURISTICE –

reprezintă **procesul de divizare a acesteia, pe seama anumitor criterii, în mai multe segmente foarte bine individualizate, astfel încât deosebirile dintre ele să fie cât se poate de evidente.**



TYPES
OF
TOURISTS

PRINCIPALELE OBIECTIVE URMĂRITE PRIN SEGMENTAREA PIETEI



Cunoașterea nevoilor clienților;



Fidelizarea clientelei;



Înțelegerea concurenței;



Alocarea și folosirea eficientă a
resurselor de marketing;



O mai bună fundamentare a
strategiilor de marketing.

CRITERII DE SEGMENTARE

Economic;

Geografic;

Demografic;

Psiho – social;

Comportamental.

ÎNTREBĂRI?



**VĂ MULTUMESC PENTRU
ATENȚIE!**

