



## 29 - El cas de Trespomes

### 29.1 - El cas de Trespomes

#### 29.1.1 - Els turistes de Trespomes

Hola, passa al meu despatx. Com ha anat per la Plana Llarga? Suposo que bé. Com recordaràs, l'última vegada que ens vam veure et vaig explicar les estratègies que havia definit per a Trespomes. Ara t'explicaré com vam estructurar les ofertes del nostre municipi per als turistes.

Primer, vam fer una segmentació dels nostres visitants.



Aquí tens un [quadre resum](#) que t'ajudarà a entendre-ho millor



## 29.1.1.1 - Quadre resum

	Grup 1	Grup 2	Grup 3	Grup 4	Grup 5
<b>Edat i estructura familiar</b>	Menors de 18 anys	De 20 a 30 anys. Parelles sense fills i grups d'amics	De 30 a 40 anys. Matrimonis amb 1 o 2 fills petits	De 40 a 60 anys. Matrimonis bàsicament sols, tot i que de vegades els acompanyen els fills adolescents	De més de 60 anys. Matrimonis jubilats
<b>Nivell econòmic</b>	Depenen dels pares	Mitjà	Mitjà	Mitjà	Mitjà
<b>% del total</b>	10% (fills adolescents d'alguns matrimonis)	5%	10%	50%	25%
<b>Quan hi van?</b>	Caps de setmana	Caps de setmana	Caps de setmana	Caps de setmana i alguns dies de vacances	Caps de setmana i alguns dies de vacances
<b>Què busquen?</b>	Oci variat i activitats esportives	Divertir-se a les nits i un lloc on trobar-se a les tardes	Recuperar-se de l'estrès i un lloc tranquil on gaudir de la família	Descansar en un lloc de muntanya i combinar-ho amb excursions	Canviar d'aires
<b>Opinió de Trespomes</b>	Destinació avorrida	Destinació extremadament avorrida	Destinació amb un allotjament excessivament antic i sense activitats	Destinació tranquil·la i amb una bona oferta de restauració	Destinació ideal, tot i que hi falten activitats



## 29.1.2 - Els turistes de Trespomes

Com pots veure, les característiques del turista tipus de caps de setmana de Trespomes eren:

- Matrimonis d'entre 55 i 65 anys que hi van per passar un cap de setmana, sense els fills.
- Provenien de Barcelona ciutat i rodalies.
- Venien per gaudir d'un ambient tranquil, de muntanya, diferent del de la ciutat.
- Buscaven comoditat i confort, així com activitats complementàries: gastronomia, excursions, etc.
- Tenien un nivell econòmic mitjà.

Aleshores, tenint en compte que els objectius que ja havíem definit prèviament estan relacionats amb l'augment del nombre de turistes, vam concloure que **el grup que més ens interessava que creixés era el 3** -matrimonis de 30 a 40 anys amb 1 o 2 fills petits-, ja que només representava un 10% del total dels turistes que ja teníem.

**Pel que fa a la fidelització dels turistes**, vam veure que els grups que havíem de fidelitzar eren:

- **El grup 4:** matrimonis de 40 a 60 anys, sense fills. De vegades els acompanyaven els fills adolescents. Representava un 50% del total.
- **El grup 5:** matrimonis jubilats de més de 60 anys. Representava un 25% del total.



## 29.1.3 - Els turistes de Trespomes

Pel que fa als visitants, després de realitzar un estudi sobre aquest segment, vam veure que tenien els perfils següents:

- **Edat i estructura familiar:** són matrimonis, majoritàriament, d'entre 40 i 60 anys, sense fills. També reben, tot i que molt menys, matrimonis d'entre 30 i 40 anys, també sense fills.
- **Nivell econòmic:** mitjà-alt.
- **Quan hi van:** dissabtes i diumenges, al llarg de tot l'any, i algun festiu. L'època més forta és la tardor i la més fluixa, l'estiu.
- **Què busquen:** passar un dia tranquil, lluny de la ciutat, i aprofitar l'oferta gastronòmica.
- **Opinió que tenen de Trespomes:** destinació amb una oferta de restauració i gastronomia bones, però on no es pot fer res més que menjar.



## 29.1.4 - Els turistes de Trespomes

Un cop identificats els nostres turistes, havíem de començar a definir què els volíem oferir i com fer-ho.

En el nostre cas, l'oferta de caps de setmana era la més atractiva i, a més, era la que responia al nostre posicionament. Però no podíem oblidar **una oferta que es basés en la gastronomia**. Per als visitants de dia, aquesta oferta gastronòmica constituïa el producte principal.

Així, la nostra idea de producte principal era la d'oferir caps de setmana lluny de la ciutat i s'havia de complementar amb una sèrie de **productes específics** que s'adaptessin als requeriments dels diferents tipus de turistes.

D'aquesta manera, vam preparar, per segments, l'esquema següent, que t'ajudarà a entendre a la perfecció què és el que volíem oferir:

### Segment dels matrimonis de 30 a 40 anys

Matrimonis d'entre 30 i 40 anys, **amb 1 o 2 fills petits**.

- De nivell econòmic mitjà.
- Van a Trespomes els caps de setmana per recuperar-se de l'estrès de la feina i buscant **un lloc tranquil on gaudir de la família**.
- Com a inconvenients, troben que Trespomes és una destinació **amb un allotjament excessivament antic** i que **no hi ha activitats**.
- Representa un 10% dels turistes de Trespomes. És el grup que interessa que creixi.
- Aquest grup és **mitjanament sensible al preu**.



Observa el **producte principal** per aquest segment.

Deixa'm que t'expliqui amb una mica més de detall [aquests productes](#).



## 29.1.4.1 - Producte principal

Caps de setmana lluny de la ciutat, rodejats de natura i tranquil·litat	
Producte principal	
Producte complementari	Producte perifèric
<ul style="list-style-type: none"><li>- Lloguer de bicicletes.</li><li>- Servei de guies per al recorregut.</li><li>- Espectacles infantils.</li><li>- Visites a poblacions veïnes de la zona(Clúster).</li><li>- Aparcament al centre.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Recorregut per la natura, a peu o amb bicicleta.</li><li>- Àrea turística.</li><li>- Allotjament (increment dels serveis).</li></ul>



## 29.1.5 - Els turistes de Trespomes

### Segment dels matrimonis de 40 a 60 anys

- Matrimonis d'entre 40 i 60 anys. Bàsicament sols, encara que de tant en tant els acompanya algun fill adolescent.
- Nivell econòmic mitjà.
- Van a Trespomes a passar els caps de setmana i alguns dies de les vacances. Tenen, com a principal motivació, **descansar en un lloc de muntanya i combinar gastronomia i excursions**.
- Representa el 50% dels turistes de Trespomes.
- És un grup que interessa fidelitzar.
- Aquest grup és **poc sensible al preu**.



Observa el **producte principal** per aquest segment.

Deixa'm que t'expliqui amb una mica més de detall [aquests productes](#).



## 29.1.5.1 - Producte principal

Caps de setmana lluny de la ciutat, rodejats de natura i tranquil·litat	
Producte principal	
Producte complementari	Producte perifèric
<ul style="list-style-type: none"><li>- Lloguer de bicicletes.</li><li>- Servei de guies per al recorregut.</li><li>- Aparcament gratuït (més d'una nit).</li><li>- Visites a poblacions veïnes de la zona (Clúster).</li><li>- Aparcament al centre.</li><li>- Sardanes.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Allotjament.</li><li>- Recorregut per la natura a peu o amb bicicleta.</li><li>- Gastronomia.</li><li>- Àrea turística.</li></ul>





## 29.1.6 - Els turistes de Trespomes

### Segment dels matrimonis de més de 60 anys

- Matrimonis jubilats de més de 60 anys.
- De nivell econòmic mitjà.
- Van a Trespomes a passar els caps de setmana i alguns dies de vacances, perquè volen **canviar d'aires**.
- Per a ells, Trespomes és la **destinació ideal**, tot i que troben que hi **falten algunes activitats**.
- Representa un 25% dels turistes de Trespomes. Són un grup a fidelitzar.
- Aquest grup és **molt sensible al preu**.



Observa el **producte principal** per aquest segment.

Deixa'm que t'expliqui amb una mica més de detall [aquests productes](#).



## 29.1.6.1 - Producte principal

Caps de setmana lluny de la ciutat, rodejats de natura i tranquil·litat Producte principal	
Producte complementari	Producte perifèric
<ul style="list-style-type: none"><li>- Àrea turística.</li><li>- Sardanes.</li><li>- Visites a poblacions veïnes de la zona (Clúster).</li><li>- Aparcament al centre.</li><li>- Gastronomia.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Activitats de lleure organitzades pels hotels.</li><li>- Allotjament.</li></ul>



## 29.1.7 - Els turistes de Trespomes

Abans que marxis, deixa'm que t'ensenyi el primer esborrany del paquet turístic que vam preparar:

Caps de setmana lluny de la ciutat, rodejats de natura i tranquil·litat! Durant tot el cap de setmana viuràs intensament l'encís dels paratges de Trespomes. Coneixeràs la història d'aquest municipi i les seves mines i podràs degustar la cuina típica de la zona que, sens dubte, farà que hi tornis aviat.



Observa la nostra proposta:

- [Descripció contractual i Itinerari.](#)
- [Més informació.](#)



## 29.1.7.1 - Itinerari i descripció contractual

### Itinerari

<b>Dia 1 Divendres</b>	Arribada a la residència-casa de pagès Can Mateu a la tarda. Acomodació a les habitacions. Passejada nocturna amb guia fins al mirador de Trespomes. Retorn a Can Mateu. Sopar i allotjament.
<b>Dia 2 Dissabte</b>	Esmorzar de pagès. Excursió a cavall fins al restaurant La Fonda de Trestreveïns. Arribada cap al migdia. Retorn a Can Mateu, passant per Tresfonts, on visitarem l'església romànica. Sopar i allotjament.
<b>Dia 3 Diumenge</b>	Esmorzar de pagès. Visita de les Mines de Trespomes. En acabar la visita dinarem al restaurat La Llanega. Fi del programa.
<b>Preus</b>	195,5 € Descompte del 30% per a menors de 12 anys si comparteixen habitació amb els pares. Suplement per habitació individual: 37,5 €



## 29.1.7.2 - Més informació

### Condicions

El preu inclou: estada a la residència-casa de pagès Can Mateu, en habitacions dobles amb bany i els àpats descrits en l'itinerari. Dinars als restaurants indicats, amb menú degustació, vins i postres. Una excursió a cavall amb monitor/guia. Tres visites amb guia, tal com es descriu en l'itinerari.

La descripció dels serveis i el preu d'aquest programa són vàlids des de l'1 d'abril fins al 30 de setembre d'enguany.

Les reserves s'hauran de fer amb una antelació mínima de 10 dies i amb un pagament a compte del 15%.

La cancel·lació de la reserva significa la pèrdua de la quantitat pagada a compte.

### Organitzador

Viatges Trespomes

GC-16.739

Tel. 109 110 111

Correu electrònic: Mgarcia@Trespomes.es



## 29.1.8 - Els turistes de Trespomes

M'has de disculpar, però he de marxar, quedem més tard al cafè de la plaça. Allí t'explicaré com vam començar a donar-nos a conèixer als nostres turistes potencials.

**Fins després!**



Has finalitzat aquest punt. A continuació, torna al tauler i accedeix a la següent casella.