



SOLUCIÓN

La segunda edición del Festival de Rock, **Musik-a**, espera contar con una presencia superior a los 800.000 asistentes.

Su pasada edición se caracterizó por la participación de personas de diferentes países de Latinoamérica entre los que se destacan: Ecuador, Argentina, México, Perú y Venezuela.

Para esta nueva edición, se desarrolló una campaña de expectativa, que comprende la activación de campañas digitales, orientadas en capturar el mayor número de leads interesados en obtener de primera mano: la información de las bandas participantes, las fechas en que tendrá lugar el evento y cualquier tipo de novedad del festival.

Los organizadores del festival cuentan con una base de datos de 300.000 personas que asistieron a la primera edición y posterior a la campaña de expectativa recaudaron 1.000.000 de leads.





Tu reto consiste en contestar la siguiente pregunta:

1. ¿Qué estrategias para la segmentación de audiencias recomendarías para iniciar las campañas de comunicación de las bandas que harán parte del festival?

RETROALIMENTACIÓN

Lo hiciste muy bien, si en tu respuesta relacionaste las siguientes estrategias para la segmentación de sus audiencias para las campañas de email marketing:

1. Los organizadores del festival, **Musik-a** deben segmentar sus bases de datos según dos estrategias: la primera, orientada en la ubicación geográfica, relacionando información con un tono y lenguaje adecuado según sus audiencias, al igual de la exposición de información acerca de los costos de transporte desde el país de origen al lugar donde se llevará a cabo el festival. Y la segunda, con un enfoque a los intereses o géneros musicales de sus listas de contacto como son: el rock, el jazz o el blues.
2. Clasificar sus contactos según el tipo de cliente, en este caso, los clientes potenciales que participarán por primera vez en el festival, brindando acceso a una información completa con respecto a los costos de las boletas, las fechas del evento y el lugar donde se llevará a cabo. Para los clientes nuevos, deben atraerlos a través de contenido que resalte el éxito de la pasada edición del festival.