



BUYER PERSONA

advance
marketing para el cambio



ÍNDICE

01

¿QUÉ ES UN BUYER PERSONA?

PÁG. 3

02

**¿CÓMO USAR LOS PERFILES DE
CLIENTE?**

PÁG. 4

04

TEMPLATE

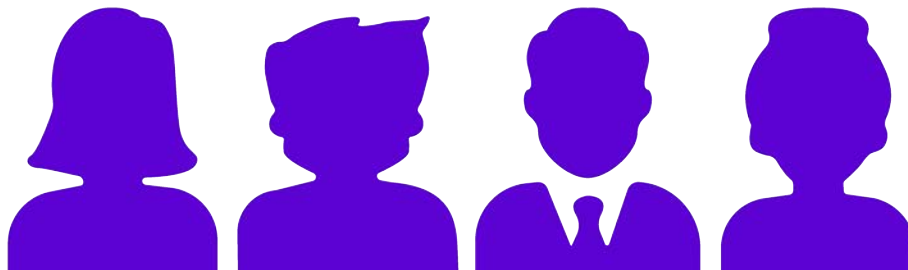
PÁG. 6

01

¿QUÉ ES UN BUYER PERSONA?

Los perfiles de cliente son representaciones ficticias y generalizadas de tus clientes ideales. Ayudan a comprender mejor a tus clientes (y clientes potenciales), y te facilitan adaptar el contenido a las necesidades, comportamientos y preocupaciones específicas de los diferentes grupos.

Los mejores perfiles de clientes se basan en investigación de mercado, así como en los conocimientos que tienes de tu base de clientes real (a través de encuestas, entrevistas, etc.). Dependiendo de tu negocio, puedes tener tan solo uno o dos buyer persona, o hasta 10 o 20.





02

¿CÓMO CREAR PERFILES DE CLIENTE?

Los perfiles de cliente se crean a través de investigaciones, encuestas y entrevistas a tu público objetivo. Eso incluye una combinación de clientes, clientes potenciales y aquellos fuera de tu base de datos de contactos que podrían alinearse con tu público objetivo.

Estos son algunos métodos prácticos para recopilar la información que necesitas para crear tus perfiles:

- Entrevista a clientes potenciales dentro de tus contactos para descubrir qué tipo de producto o servicio busca y cuáles son sus intereses y preferencias.
- Entrevista a tus clientes en persona o por teléfono para descubrir qué les gusta de tu producto o servicio.
- Revisa tu base de datos de contactos para descubrir tendencias sobre cómo ciertos clientes potenciales o clientes encuentran y consumen su contenido.





¿CÓMO CREAR PERFILES DE CLIENTE?

PERFIL 1	NOMBRE (INSERTE EL NOMBRE DE SU CLIENTE AQUÍ)
Antecedentes y factores demográficos	(Insertar información sobre cliente prototipo) ¿Cuál es el género típico de su cliente? ¿Edad? ¿ Dónde vive? ¿Cuál es su nivel de ingresos? ¿Qué títulos de trabajo tienen comúnmente?
Identificadores	¿Cuáles son sus formas preferidas de comunicación (redes sociales, correo electrónico, blogs, aplicaciones? ¿Dónde pasan si tiempo? ¿Qué intereses tiene, pasatiempos y prioridades?
Objetivo	¿Cuál es el objetivo principal de su cliente relacionado con la industria en la que se encuentra?
Obstáculos	¿Cuáles son los obstáculos principales que se interponen en el camino de su cliente para alcanzar sus objetivos?
Objeciones frecuentes	¿Por qué alguien elegiría no comprar su producto / servicio?




04

TEMPLATE

En este link puedes descargar tu template para crear tu propio Buyer Persona:

Link : <http://bit.ly/buyerpadvance>





Esperamos que esta guía sea útil y que te ayude a fortalecer la presencia digital de tu organización, nuestro objetivo es generar conciencia, aportar desde nuestro conocimiento y experiencia a difundir ideas, causas, productos y servicios que contribuyan a crear un mundo más sostenible, más justo y más consciente.

Si crees que podemos ayudar a tu organización a lograrlo puedes contactarnos aquí:

<https://www.advance.agency//#contacto>

o escribirnos a info@advancemarketing.es

advance
marketing para el cambio



advance

marketing para el cambio