



Guía: Conectá con tu cliente ideal



¿Qué es un Buyer Persona?

EL BUYER PERSONA ES LA REPRESENTACION SEMI FICTICIA DE TU CLIENTE IDEAL. DE ESA PERSONA A LA QUE POR SUS CARACTERÍSTICAS, VOS PODES AYUDAR REALMENTE CON TUS PRODUCTOS /SERVICIOS.

DETECTAR A TU CLIENTE IDEAL ES LA BASE DE TODO.

TE PERMITE CENTRAR LOS ESFUERZOS DE TU EQUIPO PARA FOCALIZAR DE MANERA EFECTIVA TUS CAMPAÑAS DE MARKETING Y GASTAR TU PRESUPUESTO CON LAS PERSONAS ADECUADAS A TU MARCA.

CONOCER EXACTAMENTE A QUIÉN VA DIRIGIDO ESO QUE OFRECES TE FACILITARÁ TAMBIÉN LA ADAPTACIÓN DE PROCESOS, CREACIÓN DE NUEVOS PRODUCTOS O SERVICIOS EN BASE A SUS NECESIDADES Y HASTA TE PERMITIRÁ CONSTRUIR LOS MENSAJES ADECUADOS EN TU COMUNICACIÓN Y EMPATIZAR, CAPTAR SU ATENCIÓN AL HABLARLE SOBRE LO QUE LE INTERESA.

TU OBLIGACIÓN ES DESCUBRIR QUÉ ES LO QUE QUIERE TU CLIENTE IDEAL A PARTIR DE SU INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA, TIPOLOGÍA, COMPORTAMIENTO, NECESIDADES Y MOTIVACIONES QUE LO CARACTERIZAN.

EL PUBLICO OBJETIVO NO SE DEFINE, SE ENCUENTRA Y DEBEMOS ESTUDIARLO.

Si tu negocio no tiene un buyer persona bien definido, es muy probable que tus contenidos terminen siendo irrelevantes y poco interesantes.

A SU VEZ, EL CONCEPTO DE LA BUYER PERSONA ABARCA DIFERENTES TIPOS, ESPECÍFICAMENTE:

BUYER PERSONA PRINCIPAL

Esta persona siempre debe ser el foco de la estrategia, es quien toma la decisión de compra.

ATENCIÓN A ESTE TIP

SI CREES QUE NO PUEDES SOLO CON ESTAS PREGUNTAS, PUEDES OFRECERLES A TUS SEGUIDORES/COMPRADORES HABITUALES COMPLETAR UNA ENCUESTA Y DARLES A CAMBIO UN REGALO. DE ESTA FORMA ELLOS OBTENDRÁN ALGO DE VALOR (TIENE QUE SER RELACIONADO AL PRODUCTO QUE VENDES), Y VOS, ADEMÁS DE RECIBIR SU CORREO ELECTRÓNICO, RECIBIRÁS LAS RESPUESTAS QUE TE AYUDARAN A CREAR LA IMAGEN DE TU CLIENTE IDEAL.

PODÉS HACER LA ENCUESTA EN UN FORMULARIO DE GOOGLE Y DEJAR EL LINK EN LA BIOGRAFÍA.

RESUMEN

PERFIL DE TU PÚBLICO OBJETIVO PARA RESUMIR MEJOR A TU PÚBLICO, VOLVÉ A LEER TODOS LOS DATOS QUE RECOLECTASTE EN LA PLANILLA ANTERIOR, ANOTA QUÉ CARACTERÍSTICAS SE REPITEN EN TODAS Y RESUMÍ EL PERFIL DE TU PÚBLICO IDEAL.

POR EJEMPLO: EMPRENDEDORAS DE 20 A 34 AÑOS QUE TIENEN UN TRABAJO FIJO, BAJO PRESUPUESTO Y NO SABEN CÓMO VENDER POR INTERNET. ESTÁN SIEMPRE MUY OCUPADAS PERO LES GUSTA APRENDER SOBRE EL MUNDO ONLINE. EN SU TIEMPO LIBRE LES GUSTA PASAR TIEMPO CON SUS AMIGAS Y FAMILIA.