



CLIENTE IDEAL

Antes de comenzar tendremos que definir a nuestro potencial cliente o cliente ideal (buyer persona). Para ello tenemos que “ponernos en la piel de nuestro cliente ideal” para poder responder a estas preguntas. Una vez hayas configurado el CLIENTE 1, repite el proceso tantas veces sea necesario según tu tipología de cliente.

CLIENTE 1

DATOS PERSONALES

PONLE UN NOMBRE A LA EPRSONA (HACE QUE SEA MÁS PERSONAL)

¿En qué sector trabaja?

¿Qué cargo y antigüedad tiene?

¿Qué tipo de cosas le ocurren en el trabajo durante un día normal?

¿Qué nivel de estudios o formación tiene?

¿Hasta qué punto conoce tu producto o servicio?

EDAD



SEXO

INGRESOS MEDIOS

LOCALIDAD

¿Qué tipo de páginas visita cuando está conectado?

¿Cuál es el principal objetivo personal de esta persona?

¿Cuál es el principal objetivo profesional de esta persona?

¿Qué tipo de problemas tiene tu persona a nivel personal?

(Falta de tiempo libre, compaginar trabajo-vida familiar, etc...)

¿Qué tipo de problemas tiene tu persona a nivel profesional?

(Convencer a sus jefes, presupuestos, ect...)



**¿Cómo solucionas los problemas de esta persona? ¿Qué hace tu empresa para ayudarle?
Explica qué solución le ofreces.**

¿Qué servicios concretos le ofreces para solucionar sus problemas/retos?

¿Qué palabras usa esta persona para buscar soluciones a sus problemas?

¿Es consciente de que tus servicios resolverán sus problemas?

¿Dónde busca información? (Google, amigos, Facebook, foros, etc...)

¿Has hablado con algún cliente real? De ser así, incluye alguna frase o comentario que hayan compartido contigo.



Identifica las objeciones típicas que pondrá esta persona durante el proceso de compra.

Teniendo en cuenta todo lo que has aprendido sobre esta persona ESBOZA una presentación de un minuto en la que le expliques las soluciones que le ofreces para cada uno de sus problemas.

Imagínate que pudieras escuchar una conversación que esta persona está teniendo por teléfono, ¿qué preguntas crees que haría?