



# Desarrollo de clientes

## Buyer persona



### Nombre

- Cliente final
- Usuario
- Prescriptor

 Espacio para contar una historia que describa el contexto en el que este perfil de cliente va a interactuar con nuestra marca / producto / servicio.

Será necesario contar con los datos del mapa de empatía, del VPC y de clientes reales con los que hayamos tenido contacto.

El objetivo es tener un Customer Journey Map.

---

### Datos sociodemográficos

- Edad
- Residencia
- Situación laboral
- Estudios

### Objetivos

- ¿Qué queremos que haga esta persona?
- ¿Qué productos son adecuados?




### Personalidad

- ¿Qué tipo de persona es?
- ¿Qué problemas debemos ayudarle a resolver?
- ¿Qué palabras usa para referirse a nuestro producto?
- ¿Qué formatos de contenido prefiere?

### Contexto relacional


- Intereses
- Aficiones
- Comportamientos
- Tribus

### Perfil digital


-  • Uso de internet
- Nivel
-  • Uso de móvil
- Apps
-  • Redes sociales
- Interacciones

### Fases del proceso de compra (funnel)

- Acciones concretas para cada fase
- KPI's y microconversiones



- Conciencia
- Evaluación
- Compra
- Entrega
- Posventa



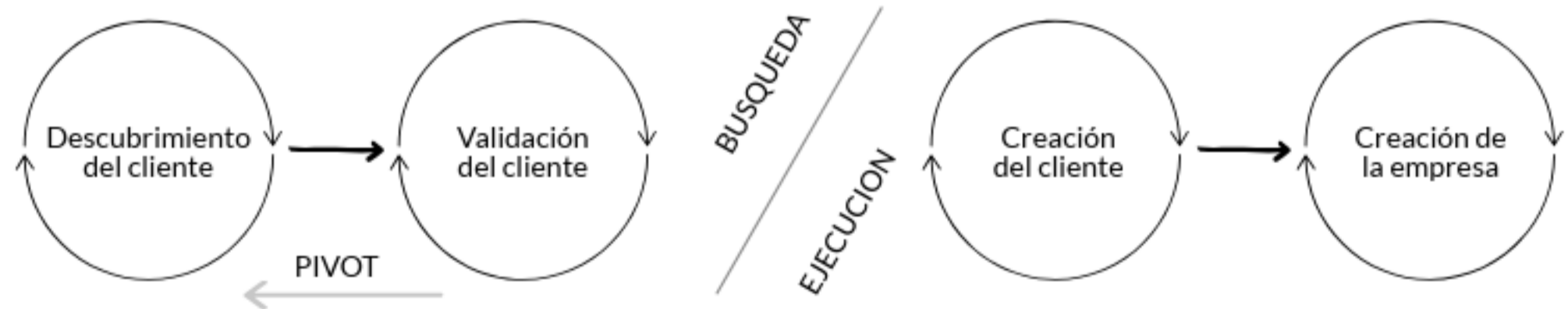
---

ccccccc

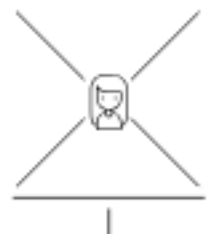
1 \_\_\_\_\_

2 \_\_\_\_\_

3 \_\_\_\_\_




## Datos para confeccionar la ficha Buyer Persona




### Mapa de empatía

Hacemos el ejercicio de ponernos en el lugar del perfil analizado en el contexto del problema.




### Lienzo de Propuesta de Valor

Extraemos la información relacionada con tareas para resolver el problema (JTBD)



### Entrevista



Conversaciones abiertas que nos permitan obtener información, nunca encuestas o cuestionarios con preguntas cerradas.



### Usuarios reales

Datos de personas que ya han tenido contacto con nuestro producto/servicio: Google Analytics, usuarios registrados, fichero de clientes o leads.

<https://tristanelosegui.com/2016/02/08/como-definir-un-perfil-de-audiencia-o-buyer-persona/>

CTIC  OVIEDO  mprende

Este trabajo está licenciado bajo "Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License". Para ver una copia de la licencia visite [https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/deed.es\\_ES](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/deed.es_ES)

