



BUYER PERSONA

cómo definir a tu cliente ideal



Un Buyer Persona es la representación ficticia de tu cliente ideal.

Esta figura supone conocer los datos reales sobre el comportamiento y las características de tus clientes, así como sus **motivaciones, puntos de dolor, dificultades, preocupaciones, objetivos y retos.**

Conocer a tus clientes te ayudará a entenderlos mejor, te facilitará:



La creación y planificación de contenido afín.



Cómo debes comunicarte con ellos.



Por qué canales comunicar.



Qué soluciones le puede brindar tu producto o servicio según su perfil.

La creación de estos perfiles es una tarea dinámica que se mantiene a lo largo del tiempo, por un lado, porque irán completando a medida que tengas información acerca de tus clientes, por el otro, porque tanto las personas como el entorno están en cambio constante.

Sin embargo, hay un primer paso que no debes saltarte:

plantear las preguntas principales que te ayudarán a diseñarlos.

Aquí encontrarás algunos ejemplos que te ayudarán como guía de tu investigación:

Si te estás preguntando quién es tu cliente, deberás empezar indagando sobre:

- Género
- Edad
- Localización
- Nacionalidad
- Nivel de Estudios
- Nivel de Ingresos
- Trabajo/Puesto
- Tamaño de empresa
- Posición familiar/estado civil
- Filosofía de vida
- ¿Cómo es su personalidad?

Analizar los consumos habituales de tu Buyer Persona es fundamental para entender a través de qué canales puedes conectar con él, en esta instancia deberás indagar:

- ¿Qué redes sociales prefiere?
- ¿Para qué usa cada canal?
- ¿Qué celular tiene?
- ¿Qué tipo de referente consume?
- ¿Cuáles son las que más usa?
¿Por qué?
- ¿Para qué usa cada canal?
- ¿Prefiere imágenes o videos?

#DopplerTip: No olvides ponerle un nombre ya que te servirá para una mejor identificación.

Detecta cuáles son sus **principales factores de influencia** en la decisión de compra:

- 
- ¿Dónde vive?
 - ¿Cómo son las personas que viven ahí?
 - ¿Quiénes son las 5 personas más importantes de su vida?
 - ¿Qué amigos tiene?
 - ¿Cómo se compone su familia?
 - ¿Cómo es su entorno profesional?
 - ¿Qué le dicen sus amigos y familia de su forma de ser y estilo de vida?

Sus **hábitos y comportamientos** te facilitará saber cómo es su día a día, pregúntate sobre:

- ¿Qué intereses tiene?
- ¿Cuáles son sus hobbies?
- ¿Prefiere el tiempo en familia, con amigos o solo?
- ¿Cómo se viste?
- ¿Le gusta llamar la atención o es discreto?
- ¿Cómo pasa su tiempo libre?
- ¿Qué actividades practica?
- ¿Qué lugares frecuenta?
- ¿A qué eventos asiste?
- ¿Le gusta la tecnología? ¿Sigue tendencias?
- ¿Qué productos elige?
- ¿Qué ve en la televisión y en internet?
- ¿Qué cosas prefiere no ver?
- ¿Qué marcas rechaza?
- ¿Qué recomienda?

Interroga sobre cuál es **su hábito de consumo** y **qué lo motiva a comprar**:

- ¿Cómo es su ingreso?
- ¿Qué considera un gasto?
- ¿Qué considera un lujo?
- ¿Cuál es su límite de gasto mensual? ¿Lo respeta?
- ¿Le importa el consumo consciente?
- ¿Valora el trabajo de los emprendedores?
- ¿Qué considera un exceso?
- ¿Prefiere contratar servicios o hacerlo casero?
- ¿Aprovecha las promociones?
- ¿Espera fechas específicas para gastar?
- ¿Tiene tarjeta de crédito?
- ¿Cuál es su medio de pago favorito?
- ¿Le interesa la compra online?

Interpela **cómo consume los productos** de tu industria y de tu marca:

- ¿Qué opina de tus productos?
- ¿Cada cuánto los compra?
- ¿Elegiría tus servicios? ¿Para qué ocasión?
- ¿Recomendaría tu marca?
- ¿Para qué te tendría como referente?
- ¿Qué otras cuentas similares a la tuya seguiría?



Ponte en la piel de tu cliente y piensa **cuáles son sus mayores desafíos**, incluye sus preocupaciones o pensamientos:

- ¿Qué objetivos a corto y largo plazo tiene en su vida?
- ¿Qué objetivos laborales?
- ¿Qué obstáculos tiene en el camino?
- ¿Tiene sueños? ¿Cuáles?
- ¿Tiene deseos? ¿Cuáles?
- ¿Qué cosas le dificultan en su día a día?
- ¿Qué le asusta?



Trata de entender **cómo puede tu producto o servicio ayudarlo** ya sea resolviendo problema o cubriendo una necesidad:

- ¿Cuáles son sus contratiempos?
- ¿Cuáles son sus preocupaciones?
- ¿Qué problemas tiene?
- ¿Qué piensa?
- ¿Qué siente?

A continuación encontrarás una plantilla que te servirá de modelo para crear tus Buyer Persona.

¡Puedes editarla aquí mismo!



Buyer Persona

Nombre y Apellido



Edad

Nivel de Educación

Empresa - Puesto

Tamaño de la organización

¿Qué contenidos y canales le gusta?



¿Qué influye en su compra?



¿Cómo es su día a día?



¿Cuál es su hábito de consumo?
¿Qué lo motiva a comprar?



¿Cómo consume los productos de tu industria?



¿Cuáles son sus mayores desafíos?



¿Qué solución puede brindarle tu producto o servicio?





Crea, envía, mide y optimiza tus Campañas de Email Marketing utilizando Doppler. Integración con redes sociales y tus herramientas favoritas.

¡Prueba una cuenta gratis con envíos ilimitados!

REGÍSTRATE GRATIS

