

# Cómo Identificar a tu Buyer Persona

Plantilla para tu empresa



# ÍNDICE

# PÁGINAS

- Qué es el Buyer Persona ..... 3
- Por qué construir al Buyer Persona ..... 4
- Cómo usar a los Buyer Personas ..... 5
- Plantilla Buyer Persona ..... 7



# ¿Qué es el Buyer Persona?

El buyer persona es una **representación semi-ficticia**, un arquetipo, de cómo sería/es **el cliente ideal**. Esta figura se basa en la investigación de mercado que podemos haber desarrollado en un Plan de Marketing o Plan de Negocio junto a los datos recogidos (cuantitativos y cualitativos) de nuestros propios clientes.



# ¿Por qué construir al Buyer Persona para mi negocio?

**La información obtenida** de un Buyer Persona bien definido **nos ayuda** a identificar con precisión los *pain points* de los potenciales clientes, cuáles son sus motivaciones e intereses, sus miedos, cómo se comporta, cuáles son sus hábitos de compra, así como sus características personales y sociodemográficas.

# ¿Cómo usar a los Buyer Personas?

Los Buyer Personas te permiten personalizar y definir tus objetivos de marketing para los diferentes segmentos de tu audiencia.

De esta forma, puedes crear una estrategia inbound marketing y, en tus mailings de seguimiento, adaptar el mensaje en función de lo que sabes sobre los diferentes perfiles de tu base de datos.

Al mismo tiempo, puedes desarrollar una estrategia de contenidos para tu blog en base a lo que sabes que necesita leer tu buyer persona (justo en ese momento).

**Reflexiona y rellena los datos en la siguiente plantilla antes de desarrollar una estrategia de marketing online integral para tu empresa**



# FORMULARIO DE PREGUNTAS

FICHA BUYER PERSONA 1.

NOMBRE: .....

## DATOS DEMOGRÁFICOS



EDAD

GÉNERO

EDUCACIÓN

LUGAR DE RESIDENCIA

NIVEL ECONÓMICO

ESTADO CIVIL

OCUPACIÓN ACTUAL

EMPRESA

FAMILIA/RELACIONES

¿PERSONAS INFLUYENTES PARA LA  
DECISIÓN DEL PROCESO DE  
COMPRA?

OTROS DATOS DE INTERÉS

FICHA BUYER PERSONA 1.

NOMBRE: .....

## CARACTERÍSTICAS PERSONALES

PRINCIPALES RESPONSABILIDADES

IDENTIFICADORES DE LA PERSONALIDAD

HÁBITOS DE COMPRA ONLINE

*¿realiza reservas o compras online?*

REDES SOCIALES QUE EMPLEA

OBJETIVOS Y RETOS PERSONALES

INTERESES VINCULADOS A SUS GUSTOS

RELACIÓN CON LA EMPRESA

*¿es cliente?*



FICHA BUYER PERSONA 1.

NOMBRE: .....

## PROCESO DE COMPRA

RECEPTIVIDAD ANTE PROPUESTAS COMERCIALES

FASE ACTUAL DEL PROCESO DE COMPRA

ACCIONES REALIZADAS EN LA WEB

RAZONES PARA COMPRAR CON NOSOTROS

EXPECTATIVAS ANTE LA COMPRA

BENEFICIOS QUE PODEMOS BRINDARLE

FRENOS DE COMPRA

RAZONES POR LAS QUE ELEGIRÍA A COMPETENCIA

FICHA BUYER PERSONA 1.

NOMBRE: .....

## ANÁLISIS

**¿QUÉ FACTORES HAN DESENCADENADO LA BÚSQUEDA DE UNA SOLUCIÓN AL PROBLEMA/NECESIDAD DE ESTE BUYER PERSONA?**

**¿CUÁNTO TIEMPO TRASCURRE DESDE QUE TU BUYER PERSONA COMIENZA A BUSCAR UNA SOLUCIÓN HASTA QUE SE DECIDE A COMPRAR TU PRODUCTO?**

**¿CUÁNTAS OPCIONES VALORA TU BUYER PERSONA ANTES DE DECANTARSE POR TU SOLUCIÓN?**

FICHA BUYER PERSONA 1.

NOMBRE: .....

## MENSAJE DE MARKETING

**¿QUÉ MENSAJE DE MARKETING Y PUBLICIDAD MOSTRAR A TU BUYER PERSONA ACTUALMENTE PARA QUE AVANCE EN SU PROCESO DE COMPRA?**

Empty light green rounded rectangular box for writing the marketing message.

**¿CÓMO VENDERÍAS LA SOLUCIÓN DE TU EMPRESA A ESTE BUYER PERSONA?**

Empty light green rounded rectangular box for writing the sales approach.



# BUYER'S JOURNEY

ACTIVACIÓN DE LA BÚSQUEDA



DESCUBRIMIENTO



CONSIDERACIÓN



DECISIÓN



FIDELIZACIÓN

