

Formato de creación de Buyer Persona

Como te hemos dicho, la definición de ese cliente perfecto es tal vez la parte más importante para entrar en el mundo digital, y es por eso que es imprescindible que lo investigues a profundidad.

Es importante que entiendas que un Buyer persona no es producto de tu imaginación, no debes imaginarte como es, el proceso correcto es identificarlo y estudiar su comportamiento.

El concepto que te voy a dar se llama **Power Clients**, esta idea es tomada de una agencia de marketing de Australia que dice que debes identificar el 20% de tus clientes que te produce el 80% de las ganancias. Esto que se conoce popularmente como el principio de Pareto también aplica para tus clientes.

Una vez tengas identificados quienes son esos clientes que más dinero te generan, debes empezar a estudiarlos a profundidad y para facilitarte la tarea de saber por dónde comenzar te dejaremos todas las preguntas que podrías hacerte para entenderlo mejor.

Cuando hayas terminado de hacer esto, te darás cuenta de todas las oportunidades que tienes de ofrecerle productos, servicios, promociones y contenido de valor que realmente le interese y le ayude en su vida diaria.

Recuerda que una empresa puede tener más de un Buyer persona, te recomendamos comenzar por uno y a medida que domines más la técnica ya podrás trabajar en crear otros.

Nombre para tipo de Buyer Persona

Entendiendo lo que ofreces y/o vendes

- ¿Qué le vas a vender?
- ¿Qué problemas tiene tu cliente?
- ¿Qué palabras resumen los problemas y/o objetivos de tu audiencia?



- ¿Qué solución ofrece tu producto o servicio?
- ¿Qué diferencia tu producto o servicio del resto?
- ¿Quiénes son tus competidores?
- ¿Qué palabras claves definen tu producto, servicio o negocio?

Conociendo más a tu avatar

- ¿En qué lugares puedes promocionarte? (País, ciudad, zona, etc)
- ¿Qué aplicaciones/software utiliza tu target?
- ¿Qué aplicaciones móviles tiene?
- ¿En qué tiendas online compra?
- ¿En qué tiendas físicas compra?
- ¿Qué marcas utiliza/compra/sigue?
- ¿Qué producto y servicios suelen comprar?
- ¿a Qué eventos asiste o asistiría?
- ¿Qué bares, clubes, restaurantes visitan?
- ¿Qué medios de comunicación leen
- ¿Qué libros leen?
- ¿Qué autores siguen?
- ¿A qué celebridades siguen y admiran? *Piensa en las más reconocidas y las menos.*
- ¿Qué películas o series ven?
- ¿Qué tipo de películas y series le gustan?
- ¿Qué páginas siguen en Facebook y qué perfiles siguen en Instagram?
- Grupos de aplicaciones móviles que utiliza.



- ¿Son pequeños negocios?
- ¿Dónde nació?
- ¿Dónde reside?
- ¿El precio es un problema?
- ¿Tienen la última palabra para gastos? No sé si sabes que lamentablemente hoy en día no todas las parejas tienen la última palabra para invertir. Si haces anuncios para hombres y son las mujeres (o viceversa) que terminarán pagando no convertirás mucho.

Entendiendo los miedos y sueños y esperanzas

Entender los sueños y miedos de este cliente objetivo te permitirá entenderlo y saber que tipo de anuncios hará que reaccione mejor.

Sueños y Esperanzas:

-
-
-
-
-

Dolores y miedos

-
-
-
-
-

Barreras e incertidumbres para comprar tu producto

-
-
-
-
-

¿Cómo te puede ayudar BFS Marketing?

Sabemos que todas las empresas son diferentes y por lo tanto tienen fortalezas y debilidades específicas, por este motivo en BFS Marketing te queremos regalar

BFS MARKETING

Agencia Digital

una Asesoría Telefónica de 30 minutos **TOTALMENTE GRATIS** (precio normal de \$150.000) donde te daremos los mejores pasos, tips y consejos para tu caso puntual y así, puedas sacar el máximo potencial del mundo digital. Si quieres programar tu asesoría gratis haz click en el botón.

[TU CONSULTA GRATIS AQUÍ](#)