



ANTES DE COMUNICAR, CONOCÉ A TU CLIENTE IDEAL

Plantilla de Buyer Persona



Si sentís que publicás contenido, invertís tiempo en redes sociales y aun así no conseguís los resultados que esperás, probablemente el problema no sea lo que decís, sino a quién se lo estás diciendo.

¿QUÉ ES UN BUYER PERSONA?

Un Buyer Persona es una representación semificticia de tu cliente ideal, creada a partir de información real. Además de conocer datos básicos como su edad, género o lugar de residencia, también es importante entender su comportamiento: qué hace, qué necesita, cómo busca información, qué problemas enfrenta y cómo toma decisiones antes de comprar. Cuanto mejor conozcas a la persona a la que querés ayudar, más fácil será crear mensajes, contenidos y ofertas que realmente conecten con ella.

¿POR QUE ES IMPORTANTE CREAR UNO?



Comunicar con mayor claridad

Dejás de crear contenido "para todos" y empezás a hablarle a la persona correcta



Crear mejores contenidos

Es más fácil saber qué publicar cuando conocés las dudas, intereses y necesidades de tu audiencia



Conectar con tus clientes

Las personas conectan con marcas que entienden sus problemas y hablan su mismo lenguaje



Tomar mejores decisiones

Desde los productos que ofrecés hasta las campañas que hacés, todo mejora cuando conocés a quién querés ayudar.

¿CÓMO USAR ESTA PLANTILLA?

Esta plantilla fue diseñada para ayudarte a construir el perfil de tu cliente ideal de forma simple y práctica.

Podés imprimirla o utilizarla como guía para conocer mejor a las personas a las que querés llegar.

No existe un Buyer Persona "perfecto". Lo importante es comenzar con una primera versión y actualizarla a medida que conozcas mejor a tus clientes.



CONSTRUÍ EL PERFIL DE TU CLIENTE IDEAL

¿Quién es tu cliente ideal?

NOMBRE (ficticio)

GENERO

EDAD

OCUPACIÓN

LUGAR DONDE VIVE

SITUACIÓN PERSONAL-LABORAL

¿Cómo es un día normal en su vida?

¿Qué quiere lograr?

¿Qué objetivos tiene?

¿Qué necesita resolver?

Pensá en aquello que tu cliente quiere conseguir, no en lo que vos querés vender.

¿Qué le impide lograrlo?

Principales problemas

Frustraciones y miedos

¿Qué lo hace dudar?

Identificá los problemas que enfrenta antes de buscar una solución.

CONSTRUÍ EL PERFIL DE TU CLIENTE IDEAL

¿Cómo toma decisiones?

¿Dónde busca información?

¿Qué redes sociales utiliza?

¿Qué tipo de contenido consume?

¿Qué necesita para confiar en una marca?

¿Qué factores influyen en su decisión de compra?

¿Qué valora al elegir un producto o servicio?

¿Qué hace que una marca le genere confianza?

¿Quién es tu cliente ideal?

NOMBRE (ficticio)

Maria

GENERO

Femenino

EDAD

38 años

OCUPACIÓN

Dueña de un emprendimiento de pastelería artesanal

LUGAR DONDE VIVE

Córdoba capital

SITUACIÓN PERSONAL-LABORAL

Trabaja desde su casa, vende por Instagram y

WhatsApp. Maneja sola el negocio y tiene poco

tiempo para planificar contenido.

¿Qué quiere lograr?

¿Qué objetivos tiene?

Conseguir más pedidos y tener una presencia más profesional en redes sociales.

¿Qué necesita resolver?

Tener una presencia más profesional en redes sociales.

¿Qué le impide lograrlo?

Principales problemas

Falta de tiempo, poco conocimiento de marketing y publicasolo cuando se acuerda

Frustraciones y miedos

Sentir que dedica tiempo a las redes y no obtiene resultados, que sus publicaciones pasen desapercibidas

¿Qué lo hace dudar?

No sabe si invertir en publicidad realmente le dará resultados.

¿Cómo toma decisiones?

¿Dónde busca información?

Instagram, YouTube y Google.

¿Qué redes sociales utiliza?

Instagram y Facebook

¿Qué tipo de contenido consume?

Tutoriales, ideas para emprendedores, recetas y casos de éxito

¿Qué necesita para confiar en una marca?

Ver experiencias de otros clientes, conocer quién está detrás del negocio y percibir una comunicación clara y cercana

¿Qué factores influyen en su decisión de compra?

El precio

¿Qué valora al elegir un producto o servicio?

Que la marca transmita confianza, tenga buenas recomendaciones y responda rápido.



¿Qué nos dice este buyer persona?

Maria tiene poco tiempo, necesita soluciones simples y busca aprender antes de invertir.

Por eso, una comunicación con ejemplos prácticos, lenguaje claro y contenido educativo probablemente conecte mejor con ella que un mensaje exclusivamente orientado a la venta.

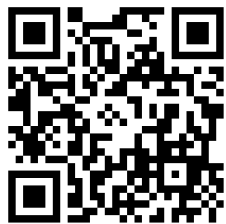
¡AHORA ES TU TURNO!

Si llegaste hasta acá, ya tenés una base para entender mejor a tu cliente ideal y dejar de comunicarle a todo el mundo por igual.

Recordá que no es necesario responder todas las preguntas desde el primer momento. Lo importante es reunir información que realmente te ayude a comprender a quién le hablás, qué necesita y cómo podés ayudarlo. Y si considerás que hay otros datos relevantes para tu negocio, agregalos.

Esta plantilla es una guía para ayudarte a organizar la información. Así que, a medida que conozcas mejor a las personas a las que querés ayudar, actualizá este Buyer Persona.

Cuanto mejor conozcas a tu cliente ideal, más fácil será crear contenido, tomar decisiones de marketing y ofrecer soluciones que realmente conecten con sus necesidades.



Escaneá el código Qr

Accede a nuevos recursos, plantillas y artículos para seguir aprendiendo marketing paso a paso.

