

EL CLIENTE IDEAL

¿QUÉ ES UN BUYER PERSONA?

En marketing, cuando nos referimos al cliente ideal, usamos diferentes términos. Podrás leer buyer persona, cliente ideal, cliente potencial, lead...

Los Buyer Personas son: representaciones ficticias generalizadas de tus clientes ideales. Te ayudan a entender mejor a tus clientes, (y futuros clientes), y te facilitan la personalización del contenido de acuerdo a las necesidades, los comportamientos y las inquietudes específicas de diferentes grupos.

COSAS A TENER EN CUENTA

Aunque a veces se use el término buyer persona para referirse a lo mismo que con el término cliente ideal, a mi me gusta diferenciarlo, sobre todo en cuando a su utilidad final.

El buyer persona **es el resultado de todos los datos que recoges para definir a tu cliente ideal**. Por lo tanto primero tienes que averiguar cual es tu cliente ideal y luego crear un buyer persona.

Puede pasar que el que piensas que es tu cliente ideal resulta no serlo y viceversa. También puede pasar que hay un tipo de cliente ideal que puede funcionar y que nunca lo tuviste en cuenta. Por lo tanto cada vez que se crea un buyer persona o un cliente ideal es conveniente testarlo.

Los Buyer Persona negativos o "excluyentes" es una representación de alguien a quien no quieres tener como cliente. Puede parecer extraño pero existen clientes que, aunque compren, son caros para tu empresa, por multitud de razones. Un cliente que gasta de media 100 euros al año pero a tu empresa le cuesta 99 euros en publicidad para adquirirlo podría ser un buyer persona negativo.

EL CLIENTE IDEAL

¿CÓMO USAR LOS BUYER PERSONA?

Una vez creado el buyer persona debes usarlo para todo aquello que hagas en tu empresa. Si haces una campaña de publicidad la escribirás para ese buyer persona, si creas campañas de email, o comunicaciones de otro tipo, las escribirás por y para ese buyer persona. En el caso de tener dos o más buyer persona, deberás hacer ese trabajo para cada uno de ellos.

Recuerda que el centro de tu estrategia debería ser el cliente. Sin clientes que compren tu producto no existes. Todo gira alrededor de ellos. Por lo tanto haz todo aquello que guste a tus clientes y no hagas nada que "tú creas que gustará" a tus clientes.

¿CÓMO CREAR LOS BUYER PERSONA?

- 1- Recopila toda la información de tus clientes que tengas al alcance.
- 2- Recopila información nueva de tus clientes actuales y si es posible de personas que no son clientes. Más adelante hablamos de algunos métodos de obtención de información.
- 3- Agrupa todos aquellos aspectos que sean comunes en la mayoría de las personas.
- 4- Elimina la información que es irrelevante para tu negocio.
- 5- Detecta algunas características de un buyer persona negativo.
- 6- Crea el primer borrador del CV de tu buyer persona.

EL CLIENTE IDEAL

POSIBLES MÉTODOS PARA REUNIR INFORMACIÓN

- 1- Entrevista a clientes en persona o por teléfono para descubrir qué les gusta de tu producto o servicio.
- 2- Analiza tu base de datos para descubrir tendencias sobre cómo determinados prospectos o clientes encuentran y consumen tu contenido.
- 3- Crea encuestas en redes sociales o formulario en la web.
- 4- Pregunta a los trabajadores que tienen trato directo con el cliente.
- 5- Crea un anuncio poco segmentado en Facebook/Instagram/google y analiza resultados.

La idea general es empezar desde una mentalidad generalista e ir acotando la información hasta un estado más concreto y alineado con tu negocio.

40 Elefantes

EL CLIENTE IDEAL - ¿QUIÉN ES?

GIMNASIO EN FORMA (GIMNASIO FEMENINO)

PERFIL GENERAL

- Información demográfica: edad, residencia, sexo, salario, estado civil, trabajo, cargo laboral, familia, hobbies, gustos, preferencias, relaciones con la gente, personalidad, tiempo libre...
- .Mujer de 30 a 45 años
- Casada o en pareja y con hijos
- Mujer trabajadora con sueldo medio
- Operarias y trabajadoras de la salud
- No es una persona que tenga el deporte arraigado en su vida
- El gimnasio le permite mantenerse en forma y evadirse
- Reside a pocos minutos andando del gimnasio
- Su vida está muy condicionada al horario de sus hijos
- Vienen solas al gimnasio aunque quedan con gente allí
- Su tiempo libre se concentra en la franja horaria de tarde
- .Les cuesta encontrar un momento libre para acudir al gimnasio
- Necesita una buena razón para motivarse, pero está predispuesta

• **¿Cómo consume internet?**

- Tienen un consumo de internet muy normalizado
- Facebook e Instagram preferiblemente
- Poca tendencia al uso de email

• **Insights y oportunidades**

- Se sienten poco escuchadas y poco informadas en temas de control de peso. Interesante el servicio de asesoría en la matrícula.
- Madres matriculadas que llevan a sus hijos a clases infantiles: "Abrir una clase paralela"
- Poco tiempo libre: "Clases Express"

- **Buyer negativo: muchas abonadas con cuota de 20 euros**



EL CLIENTE IDEAL - ¿QUÉ LO RELACIONA CON TU PRODUCTO?

ASPIRACIONES - ¿QUÉ QUIERE?

- Perder peso
- Eliminar estrés
- Recuperarse de alguna lesión
- Quieren verse mejor frente al espejo
- Recuperar la figura después de ser madres
- Tener un rato para ellas
-
-
-

RETOS - ¿QUÉ LE IMPIDE CONSEGUIR LO QUE QUIERE?

- Poco constante por falta de motivación
- Poco tiempo libre
- Falta de una alimentación sana
-
-
-
-

¿CÓMO PUEDO AYUDARLE? (MI PRODUCTO O SERVICIO)

- Clases quemar grasa express
- Servicio asesoría inicial deportiva gratis
- Ampliar horario
- Entrenos personales grupos reducidos
- Implementación de clases virtuales
-
-
-
-

¿DÓNDE ESTÁ TU CLIENTE IDEAL?

- Lugares online: Facebook, Instagram
-
- Lugares offline: asociaciones AMPA, fiestas locales
-
-
-
-

40 Elefantes

EL CLIENTE IDEAL - ¿CÓMO LO ATRAIGO?

¿QUÉ MENSAJE CAPTARÍA SU ATENCIÓN?

- Promoción "trae un amigo"
- Matrículas gratis
- Invitación gratis
- Cuotas que se adaptan a ti
- Recupera la forma tras la navidad
- Mensajes de motivación y ayuda
-
-
-
-

¿QUÉ CEBO USAR? (LEAD MAGNET)

- El lead magnet debe ser algo de **ALTÍSIMO VALOR**, gratuito y de fácil consumo. Algo muy relacionado con el producto que vendemos.
- ejemplos: Ebook, webinar, video curso, plantillas, check list, consultoría gratis
- Invitación gratis
- Creación de un método
- Video curso contenido de valor
-
-

¿QUÉ RESULTADOS DEBO OFRECER (PROMETER)?

- ¿Qué resultados obtendrá (promesas) de consumir el lead magnet?
- ¿Qué resultados obtendrá (promesas) de consumir nuestro producto?
- Seguridad absoluta de que es el gimnasio perfecto para ti
-
- El gimnasio que funciona
-
- Conseguirás tus objetivos de mejora
-
-
-
-
-
-
-
-

CURRÍCULUM VITAE DE NUESTRO BUYER PERSONA



Nombre y Apellidos:

Edad:

Domicilio:

Genero:

Estado civil:

Hijos:

Ingresos:

Información profesional

Empresa:

Posición:

Trayectoria profesional:

Horarios de trabajo:

Aspiraciones profesionales:

Intereses y hobbies

Frenos, temores y quejas

Tus soluciones a sus frenos, temores y quejas

Insights y oportunidades

CURRÍCULUM VITAE DE NUESTRO BUYER PERSONA



Nombre y Apellidos: Vanesa Romero Fernandez

Edad: 38 años

Domicilio: Calle paralela

Genero: Mujer

Estado civil: En pareja

Hijos: Si

Ingresos: medios-altos

Información profesional

Empresa: ---

Posición: niveles medios / operarias

Trayectoria profesional: trabajo estable

Horarios de trabajo:

Aspiraciones profesionales:

Intereses y hobbies

Deporte, lectura, tecnología,

Frenos, temores y quejas

Poco tiempo libre, vergüenza, poca asistencia técnica

Tus soluciones a sus frenos, temores y quejas

Ampliación horario, acompañamiento emocional, servicio adicional post-venta

Insights y oportunidades