

Construcción del buyer persona



Un “buyer persona” es la representación semi-ficticia de tu cliente ideal. Nos ayuda a definir quién es la audiencia a la que queremos atraer y convertir; y sobre todo nos ayuda a humanizar y entender con mayor detalle a este público objetivo. Tu empresa puede tener tantos buyers personas como tipos de clientes tenga.

Aplica las siguientes preguntas a tus clientes actuales o a tus clientes potenciales:

Puesto de trabajo

1. ¿Cuál es tu puesto de trabajo?
2. ¿Cómo se mide el resultado del trabajo que haces?
3. Descríbenos un día típico en la oficina
4. ¿Qué talento y conocimiento necesitas para hacer tu trabajo?
5. ¿Qué herramientas utilizas?
6. ¿Quién es tu jefe? ¿Quiénes te reportan a ti?

Empresa

7. ¿En qué industria trabajas?
8. ¿Cuál es el tamaño de tu empresa?

Objetivos

9. ¿Cuáles son tus responsabilidades?
10. ¿Cómo se define el éxito de tu trabajo?

Retos

11. ¿Cuáles son tus retos principales?

¿Dónde buscas y consumes información?

12. ¿Dónde buscas información para aprender sobre tu trabajo y lo que sucede en tu industria?
13. ¿Qué blogs, revistas o webs lees?
14. ¿A qué redes sociales, grupos o comunidades perteneces?

Perfil Personal

15. (Si fuese apropiado) Pide información demográfica: edad, estado civil, hijos, etc.
16. ¿Qué educación has recibido?
17. Explica tu carrera profesional

¿Cómo compras?

18. ¿Cómo prefieres comunicarte con tus proveedores: por email, teléfono, en persona?
19. ¿Usas el internet para buscar proveedores? Si la respuesta es sí, ¿cómo es tu proceso de búsqueda?
20. ¿Qué es lo último que has comprado? ¿Cuál fue el proceso de evaluación y por qué decidiste comprarlo?