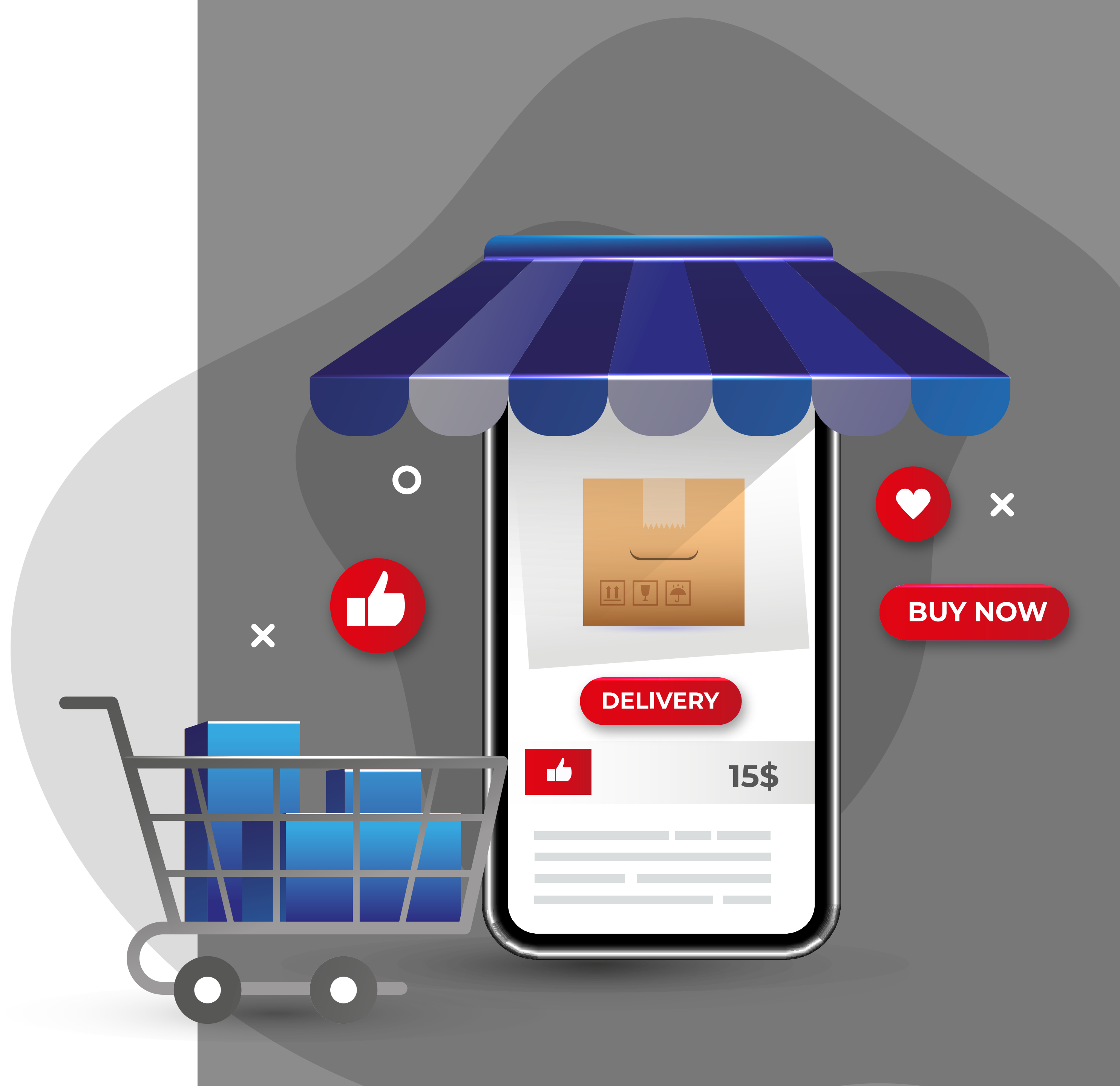


BUYER PERSONAS

¿CÓMO CREARLAS PARA TU EMPRESA?



BUYER PERSONA

¿QUÉ SON?

Los Buyer Personas son representaciones ficticias basadas en datos generales de tus clientes ideales. Te ayudan a entender mejor a tus clientes y posibles clientes; te facilitan la personalización del contenido de acuerdo a las necesidades, comportamientos e inquietudes.

BUYER PERSONA NEGATIVA

¿QUÉ SON?

Mientras que un Buyer Persona es una representación de un cliente ideal, un Buyer Persona Negativa es una representación de alguien a quien no quieres tener como cliente, por ejemplo, a estudiantes que leen tu contenido, o posibles clientes con alto coste de adquisición.

BUYER PERSONAS

¿CÓMO LAS PUEDES USAR?

Los Buyer Personas te permiten personalizar y definir tus objetivos de marketing para los diferentes segmentos de tu audiencia. Util en caso de enviar correos de seguimiento a prospectos, lo puedes hacer segmentando por Buyer Persona y crear un mensaje de acuerdo a lo que sabes de la persona.

Si creas Buyer Personas negativas, tendrás la ventaja de poder segmentar las "manzanas podridas" del resto de tus contactos, ayudándote así a lograr un menor costo por cliente.

BUYER PERSONAS

¿CÓMO LAS CREAS? PARTE I

Se crean investigando toda la información que puedas tener a tu alcance sobre tus clientes y clientes potenciales. Esto incluye una mezcla de clientes, prospectos y aquellas personas que podrían alinearse con tu audiencia objetivo.

- Entrevista a clientes en persona o por teléfono para descubrir qué les gusta de tu producto o servicio.
- Analiza tu base de datos para descubrir tendencias sobre cómo determinados prospectos o clientes encuentran y consumen tu contenido.

BUYER PERSONAS

¿CÓMO LAS CREAS? PARTE II

- Al crear formularios para utilizar en tu sitio web, utiliza los campos del formulario que capturan información importante sobre el Buyer Persona.
- Ten en cuenta la información que puede aportar tu equipo de ventas sobre los prospectos y cliente. Ellos son los que más interactúan con ellos ¿Qué generalizaciones pueden realizar sobre los diferentes tipos de clientes a los que mejor atiendes? ¿Retos comunes? ¿Patrones de comportamiento? Preguntas frecuentes...
- Para clientes y no clientes: puedes usar la siguiente plantilla de 4 diapositivas para organizar la información de tus Buyer Personas.

NOMBRE DEL BUYER PERSONA

Alexandra Pérez

PERFIL GENERAL

Trabajo, historia laboral, familia

Jefa de recursos humanos

Trabaja en la misma compañía desde hace 10 años

Casada, con 2 hijos (10 y 8 años)

INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA

Sexo, edad, salario, ubicación

Mujer

Edad entre 30 a 45

Ingreso promedio por familia: \$ 75, 000

Vive en los suburbios

INDICADORES

Trato, personalidad, comunicación

Es tranquila

Probablemente tiene un ayudante que filtra llamadas

Prefiere recibir material adicional impreso o por correo

NOMBRE DEL BUYER PERSONA

Alexandra Pérez

OBJETIVOS

Objetivos primarios y secundarios

Que sus empleados estén felices y que haya pocos reemplazos
Ayudar a sus equipos financieros y legales

RETOS

Retos primarios y secundarios

Tiene muchísimo trabajo y tiene poca ayuda
Responsable de implementar cambios en toda la compañía

CÓMO PODEMOS AYUDAR

...para que obtenga los objetivos deseados
...para que pueda superar los retos

Facilitar y centralizar la administración de la información de sus empleados
Integración con los sistemas del equipo financiero y legal

NOMBRE DEL BUYER PERSONA

Alexandra Pérez

COMENTARIOS

Ejemplos de comentarios reales sobre sus retos y objetivos

"En el pasado ha sido difícil adoptar nuevas tecnologías en toda la compañía".

"No tengo tiempo para capacitar a nuevos empleados".

"He tratado con tantas integraciones difíciles con bases de datos y software de otros departamentos".

QUEJAS COMUNES

Razones por qué no comprarían nuestro producto o servicio

Me preocupa perder información al hacer la transición a un nuevo sistema.

No quiero capacitar a toda la compañía para que aprenda a usar un sistema nuevo.

NOMBRE DEL BUYER PERSONA

Alexandra Pérez

MENSAJE DE MARKETING

Cómo describirías la solución de tu empresa a este buyer persona

Administración integrada de base de datos de RR. HH.

MENSAJE DE VENTAS

Cómo venderías la solución a tu buyer persona

Te ofrecemos una base de datos intuitiva que se integra con tu software y plataformas existentes y capacitación ilimitada para ayudar a tus nuevos empleados a ponerse al día rápidamente.

TU TURNO

HEMOS CREADO PLANTILLAS EN BLANCO PARA QUE DESARROLLES TU BUYER PERSONA

NOMBRE DEL BUYER PERSONA

PERFIL GENERAL

Trabajo, historia laboral, familia

INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA

Sexo, edad, salario, ubicación

INDICADORES

Trato, personalidad, comunicación

NOMBRE DEL BUYER PERSONA

OBJETIVOS

Objetivos primarios y secundarios

RETOS

Retos primarios y secundarios

CÓMO PODEMOS AYUDAR

...para que obtenga los objetivos deseados

...para que pueda superar los retos

NOMBRE DEL BUYER PERSONA

[Empty text box for buyer name]

COMENTARIOS

Ejemplos de comentarios reales sobre sus retos y objetivos

[Empty text box for comments]

QUEJAS COMUNES

Razones por qué no comprarían nuestro producto o servicio

[Empty text box for common complaints]

NOMBRE DEL BUYER PERSONA

MENSAJE DE MARKETING

Cómo describirías la solución de tu empresa a este buyer persona

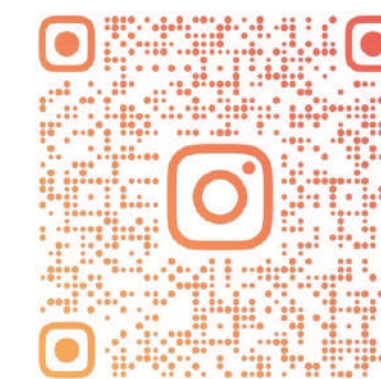
MENSAJE DE VENTAS

Cómo venderías la solución a tu buyer persona

¿QUIERES RECIBIR MÁS CONTENIDO?

INGRESA A [METAMORFOSIS360.COM/BLOG](https://metamorfosis360.com/blog)

SÍGUENOS EN NUESTRAS
REDES SOCIALES



[METAMORFOSIS360MKT](https://www.instagram.com/METAMORFOSIS360MKT)



[METAMORFOSIS360MKT](https://www.facebook.com/METAMORFOSIS360MKT)