



# Buyer persona: su construcción



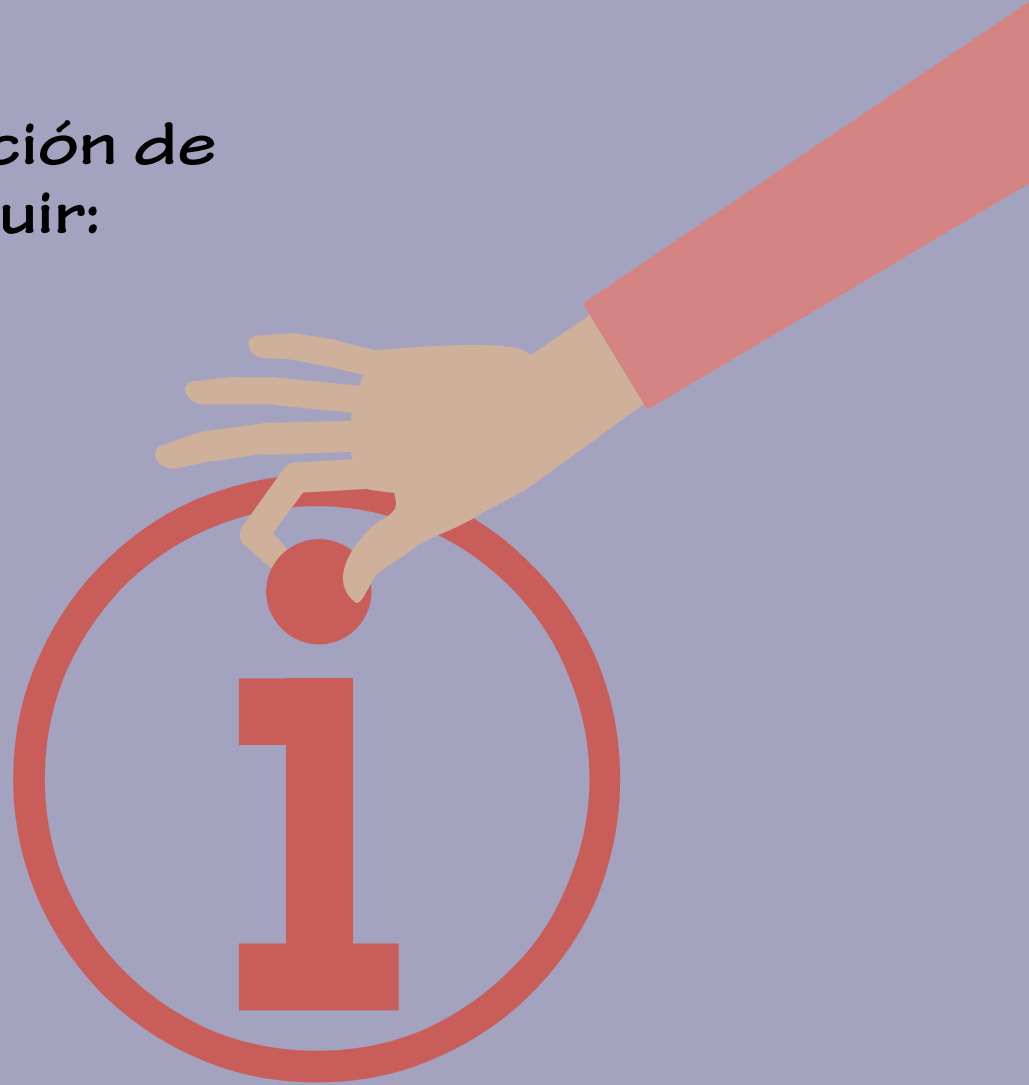
# Introducción

- El buyer persona es la base de cualquier estrategia de marketing que desarrolles.
- Consiste en realizar una ficha del prototipo de perfil del cliente ideal.
- Una estrategia muy común es pensar, desde la perspectiva de ese cliente, qué le gustaría que una marca resolviera por él.
- Conviene describirlo a detalle para comunicar el mensaje de manera empática y concreta.



## Para realizar la *caracterización de tu buyer persona* debes incluir:

- Datos demográficos
- Datos personales
- Preocupaciones y objetivos que busca cumplir
- Comportamiento online
- Comportamiento de compra



# Datos demográficos

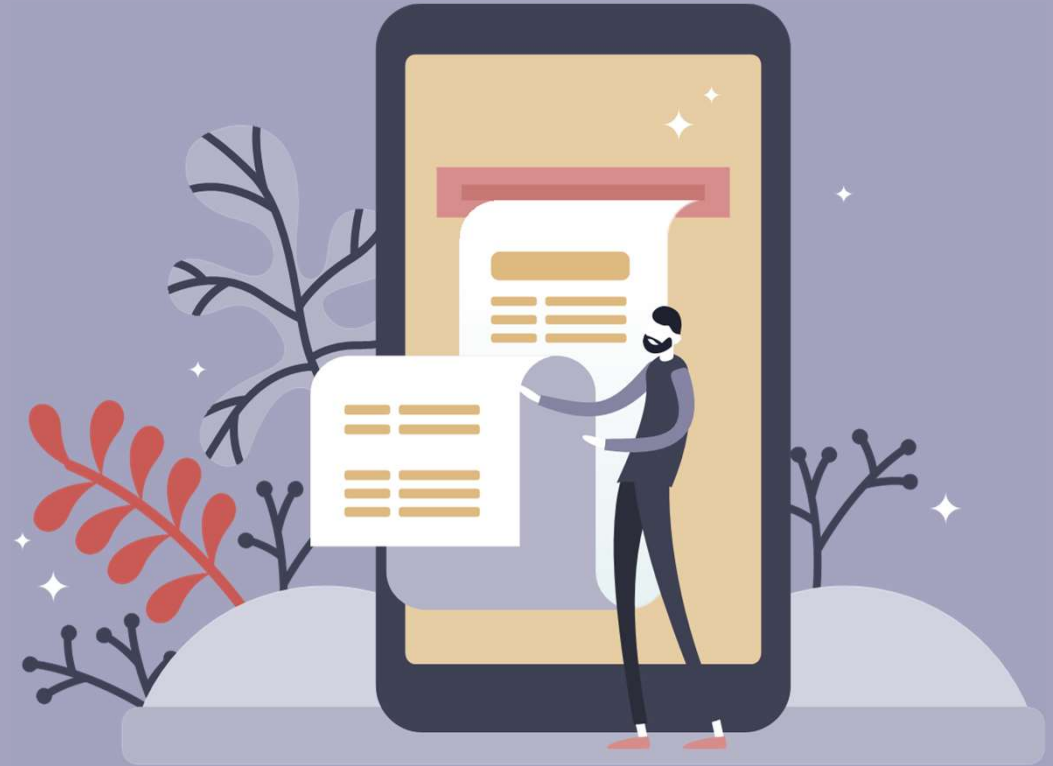
- Ponle un nombre y dale personalidad
- Dónde vive
- Qué edad tiene
- A qué se dedica y cuánto gana
- Nivel académico



# Datos personales

Define:

- Qué hace en su tiempo libre
- Cómo es su personalidad
- Cuáles son sus pasatiempos
- Qué lugares frecuenta
- Cuál es su estilo de vida



# Preocupaciones y objetivos que busca cumplir

Plasma el top 3 de preocupaciones que se relacionan con tu marca.

Ejemplos:

Preocupaciones	Objetivos
Falta de tiempo para invertir en ella	Interiorizar
Una vida acelerada	Relajarse
Estrés constante por situaciones laborales	Mejor manejo de emociones

# Comportamiento online

- Qué marcas sigue
- Cómo es en sus redes sociales
- Cómo le gusta que otros le perciban
- Qué quiere proyectar en redes sociales



# Comportamiento de compra

- En qué gasta su dinero
- Cómo realiza sus compras
- En qué productos se fija
- Qué atributos de producto compara entre marcas antes de comprar





# Referencia

Revella, A. (2015). Buyer personas: how to gain insight into your customer's expectations, align your marketing strategies, and win more business. John Wiley & Sons.

Extracto elaborado por Mtra. Luz del Carmen Castellanos Marrón.