



# Plantilla

# BUYER PERSONA

@LOREHOYUELA

**Lore Hoyuela**  
CONSULTORA DE MARCA PERSONAL



Un **buyer persona** es un perfil de tu cliente ideal, creado para que **puedas entender mejor a quién le estás hablando y cómo ayudarlo**. Es como imaginarte a una persona real, con intereses, problemas y objetivos específicos, que representa a los clientes que quieres atraer. Tener este perfil claro te ayuda a comunicarte de una forma más directa logrando que cada cosa que hagas (*desde un post en redes hasta un servicio nuevo*) realmente conecte.

**Loré Hoyuela**

**Cuando tienes claro quién es tu cliente ideal, dejas de hablar "para todos" y comienzas a hablar para alguien específico.** Esto hace que tu mensaje sea mucho más potente y logras que las personas correctas presten atención. Cada decisión que tomes en tu negocio (como lanzar un nuevo producto o mejorar tu atención al cliente) estará alineada con las expectativas y necesidades de tus clientes ideales. Esto reduce errores y hace que todo lo que ofreces esté alineado con lo que ellos valoran.







# Tipos de segmentación

- **Segmentación demográfica:** Edad, género, ubicación, nivel educativo, estado civil e ingresos aproximados.
- **Segmentación psicográfica:** Intereses, estilo de vida, valores, creencias, actitudes y opiniones.
- **Segmentación conductual:** Se basa en el comportamiento de los consumidores, como sus hábitos de compra, nivel de lealtad con la marca y cómo usa el producto.
- **Segmentación geográfica:** Divide el mercado en unidades territoriales como países, regiones, provincias, tipo de hábitat, tamaño de población, etc.

## Métodos para encontrar tu Buyer Persona

- Habla con tus clientes actuales o personas que encajan con el perfil de tu cliente ideal. Hazles preguntas sobre sus retos, metas, lo que buscan en un producto/servicio, y qué los llevó a elegirte a ti o a una marca similar.
- Observa patrones entre tus clientes actuales: ¿Qué tienen en común? ¿Qué problemas resuelven tus servicios o productos para ellos? ¿Por qué regresan?
- Fíjate en los comentarios y mensajes que recibes. También explora grupos o comunidades en redes sociales donde tus clientes ideales participan. Esto te dará una idea de los temas que les interesan, sus dudas y qué valoran.
- Observa a la competencia y analiza su audiencia. Revisa sus comentarios, reseñas y cómo interactúan los seguidores. Esto te ayuda a identificar tanto lo que buscan como lo que les falta o desean mejorar.







## RENATA MONTES

**EDAD** 25 años

**SEXO** Mujer

**PAÍS** Colombia

**EDUCACIÓN** Universidad

**OCUPACIÓN** Contadora freelance

**ESTADO CIVIL** Soltera

## PERSONALIDAD

**Creativo** **Metódico**



**Sentimental** **Pensativo**



**Extrovertido** **Introvertido**



## DESCRIPCIÓN

Renata vive en Bogotá, se graduó de la universidad hace 3 años y desde entonces ha intentado trabajar como freelance ofreciendo sus servicios, pero todavía no tiene los clientes que le gustaría para llegar con su facturación a fin de mes. Renata quiere fortalecer su marca personal para aumentar sus ingresos y posicionarse en su nicho.

## CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS Y COMPORTAMENTALES

- **Valores:** Empatía, honestidad, disciplina.
- **Aspiraciones:** Quiere una base de clientes estable y reconocimiento en su área de expertise.
- **Miedos y desafíos:** No proyectar seguridad y no poder mantener un flujo constante de clientes.
- **Estilo de vida y hobbies:** Le encanta una vida saludable, minimalista, es rigurosa, le gusta hacer ejercicio y asistir a eventos culturales.

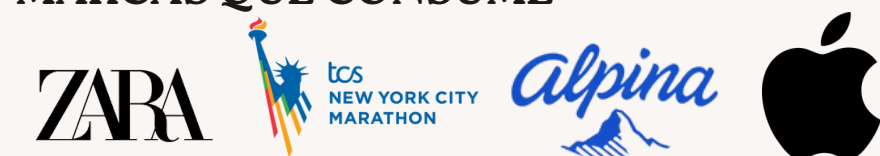
## SEGMENTACIÓN COMPORTAMENTAL

- **Frecuencia de compra:** Hace inversiones esporádicas en herramientas o servicios que apoyen su negocio.
- **Tipo de contenido que consume:** Contenido de desarrollo personal y profesional, especialmente en temas de freelancing y marca personal.
- **Momentos de compra:** Probablemente motivada a invertir cuando siente inseguridad o inestabilidad en sus ingresos.
- **Factores de decisión:** Buscando soluciones que aumenten su visibilidad y credibilidad profesional.

## REDES SOCIALES



## MARCAS QUE CONSUME





EDAD

SEXO

PAÍS

EDUCACIÓN

OCUPACIÓN

ESTADO CIVIL

PERSONALIDAD

Creativo

Metódico

Sentimental

Pensativo

Extrovertido

Introvertido

DESCRIPCIÓN

CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS Y COMPORTAMENTALES

SEGMENTACIÓN COMPORTAMENTAL

REDES SOCIALES

MARCAS QUE CONSUME



## Algunas preguntas que puedes hacer para profundizar:

*Personalízalas de acuerdo a tu producto o servicio*

- ¿Qué te gustaría lograr en los próximos meses \_\_\_\_\_?
- ¿Cuál es el mayor cambio que quieres ver en \_\_\_\_\_?
- ¿Qué sientes que necesitas para avanzar en tus metas hacia \_\_\_\_\_?
- ¿Qué te ha sido difícil en el proceso de \_\_\_\_\_?
- ¿Sientes que algo específico te impide avanzar en \_\_\_\_\_?
- ¿Qué es lo que más te frustra o preocupa en este momento sobre \_\_\_\_\_?
- ¿Cuáles son los problemas que más afectan tu proceso en \_\_\_\_\_?
- ¿Cómo te hace sentir no lograr los resultados que quieres?
- ¿Qué tipo de producto/servicio crees que te serviría para resolver \_\_\_\_\_?
- ¿En qué áreas específicas te gustaría mejorar o aprender más?
- ¿Qué resultado concreto te haría sentir que estás avanzando?
- ¿Qué esperas haga \_\_\_\_\_ por ti para que te ayude a lograr tus objetivos?
- ¿Qué valor o beneficio específico buscas en \_\_\_\_\_?







# ¡Espero que esta plantilla sea muy útil para ti!

Me encantaría ayudarte a construir tu marca personal y tu negocio digital. Por esta razón **te regalo una sesión de valoración gratuita exclusiva para Marcas Personales.**

[Agenda haciendo click aquí](#)

¡Nos vemos en mis redes sociales para recibir más contenido valioso!

 @lorehoyuela