

Plantilla BUYER PERSONA

@LOREHOYUELA

Un **buyer persona** es un perfil de tu cliente ideal, creado para que puedas entender mejor a quién le estás hablando y cómo ayudarle. Es como imaginarte a una persona real, con intereses, problemas y objetivos específicos, que representa a los clientes que quieras 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.

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
OCCUPACIÓN	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





DESCRIPCIÓN

EDAD

SEXO

PAÍS

EDUCACIÓN

OCCUPACIÓN

ESTADO CIVIL

CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS Y COMPORTAMENTALES

SEGMENTACIÓN COMPORTAMENTAL

PERSONALIDAD

Creativo

Metódico

Sentimental

Pensativo

Extrovertido

Introvertido

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