

LA GUÍA PARA CREAR EL BUYER PERSONA --- EN TU NEGOCIO



CONTENIDO

INBOUND MARKETING

Introducción

01.

¿Que es una Buyer Persona?

02-03-04.

¿Comó se crear una Buyer Persona?

05.

Ejemplo de lo que es una Buyer Persona

06.

Conclusión

000





INTRODUCCION

INBOUND MARKETING

Escrito por

Jose Luis Gutiérrez

(Ingeniero Industrial con Magister en Marketing, Posgrado en Inbound Marketing).

Cuando se emprende un negocio es necesario si o si tener un extremo control de los productos y servicios que van a ofertar, pero de igual manera o incluso en una mayor medida se debe conocer de manera experta al público al que te estás dirigiendo.

Muchas empresas en reiteradas ocasiones cometen el error de no prestarle demasiada atención al público objetivo, sino más bien se centran únicamente en sus productos. Pero lo mejor que puede hacer cualquier empresario para atraer a una mayor cantidad de clientes es trabajando en base a la figura de una buyer persona.

La definición de este término es algo que sin duda toda persona que se desenvuelva dentro del mundo del marketing digital debe conocer, ya que es en base a este que todas las estrategias de marketing toman forma. Y con el fin de que puedas convertirte en un experto en el área te voy a mencionar a continuación todo lo que tienes que saber para poder construir de manera acertada una Buyer persona para tu negocio.



¿Que es una Buyer Persona?

El término data de finales de los noventa y apareciendo por primera vez en el libro "The Inmates Are Running the Asylum" por Alan Cooper. Sin embargo, en el mundo del marketing ya se venían manejando términos como target, público objetivo, entre otros; los cuales ya apuntaban en dirección a lo que hoy en día entendemos como buyer persona

Pero para no darle más vueltas al asunto e ir directamente al grano es importante dar la definición buyer persona, y ya que es un término ampliamente utilizado, existen cientos de definiciones diferentes, pero básicamente el concepto viene siendo él mismo: él término hace referencia a individuos semi ficticios que representan a un prototipo de comprador ideal.

En este sentido se puede decir que son una representación del público objetivo de una empresa, creada con la simple finalidad de entender un poco más la rutina diaria y los principales problemas que

tienen sus potenciales compradores, para así diseñar estrategias de marketing adecuadas para sus necesidades.

En otras palabras se puede decir que él crear un prototipo de Buyer Persona te va a facilitar enormemente él preparar contenido que ese público quiera leer, con un lenguaje y formato que tiene más probabilidades de cautivar al lector.

Ahora, con este concepto simple es una buena forma de empezar, pero es importante que conozcas los factores a tener en cuenta a la hora de crear a un prototipo de cliente ideal, lo cual te lo voy a decir a continuación.

.01





¿Cómo se crea una Buyer Persona?

Para poder realizar la creación de una buyer persona es necesario realizar una investigación previa que te permita recopilar los datos necesarios para esta labor, ya que justamente de eso se conforma una buyer persona: un conjunto de datos que te permiten tener una idea más clara del comportamiento, capacidades y necesidades de un prototipo de comprador ideal. De este modo, los factores que debes tener en cuenta son los siguientes:

Demográficos: Edad, sexo, ciudad de residencia o donde labora.

Rasgos de su vida personal: Familia, Estado Civil.

Laborales: Nivel de Estudio, Trabajo, Cargo que ostenta, Experiencia laboral.

Metas: Cuales son sus más grandes necesidades en concordancia con el producto o servicio que usted ofrece.

Retos y necesidades: Cuales son las principales adversidades que enfrenta la persona y que le impiden alcanzar sus objetivos.

Formas de comunicación: cuales son los medios por los cuales la persona obtiene información y la difunde; forma con la que interactúa con su entorno.

Puede ser a través de redes sociales, correo electrónico, blogs, entre otros.

Qué puede hacer tu empresa para ayudarlo a solucionar sus problemas: Que puedes hacer tú como negocio para ayudarlo a superar su problemática.

Objeciones que se puedan presentar: Cuales son las objeciones que puedan realizarse a la hora de finalizar una compra.

Circunstancia de compra: Cual es el medio y el formato en donde se puede realizar finalizar el proceso de venta y compra.

Valor percibido: Cuales son los motivos por los cuales el cliente se pueda ver interesado en tu empresa.

Asesoría

.02



¿Cómo se crea una Buyer Persona?

Esta son sólo algunos de los datos que indispensablemente debes contar a la hora de crear una buyer persona, sin embargo cualquier dato extra que venga por añadidura te servirá para ampliar un poco más el campo de visión de quien puede ser tu comprador ideal.

La recopilación de cada uno de estos datos te va ayudar a ir dibujando a un prototipo de cliente ideal y trabajar en base a ello. Puede que te estés preguntando ahora cómo va a ser la recopilación de dichos datos, la cual te la digo a continuación.

¿Cómo recopilar la información necesaria?

La información se obtiene de manera muy fácil: es necesario realizar un análisis interno de la actual lista de clientes de tu empresa, verificando los datos particulares de cada uno de estos, pudiendo sacar así una media entre los datos más comunes y saber así que es lo que tienen en común cada uno de ellos.

Al mismo tiempo también sería prudente realizar un sondeo en el mercado actual para ver en qué dirección este se va dirigiendo; se trata también de tener un poco de intuición y perspectiva.

¿Cuál es la importancia de una Buyer Persona?

Ahora luego de toda estas definiciones y conceptos, puede que te preguntes ¿Es realmente importante contar con una Buyer Persona? Y sólo es cuestión de investigar un poco para darse cuenta de que la respuesta a esta pregunta, tendría que ser sí, y hoy más que nunca.

Puede que estés pensando algo como: "por supuesto que vas a decir eso, ese es tu trabajo", pero no es algo que afirmo solo yo, es algo ampliamente manejado por todos los que trabajamos en este medio. Por esto es importante que te concentres en la pregunta central, la cual es: ¿por qué son importantes las BP?. Así que para aclararte más el panorama te diré a continuación algunas de las principales razones:

- **Te permite conocer el comportamiento de los compradores modernos y desarrollar estrategias en base a ellos:** Muchas empresas hoy en día están luchando para entender los nuevos comportamientos de compra de hoy; y cómo mantenerse al día con lo rápido que están cambiando. Cuando se investiga adecuadamente a los compradores, se pueden aclarar verdaderamente quiénes son, las situaciones a las que se enfrentan, cómo han cambiado y, lo más importante, qué objetivos intentan lograr.

Es en base a esto, como ya te había dicho anteriormente, que se comienza verdaderamente a desarrollar una estrategia de marketing adecuada tanto a las necesidades de los consumidores como a las de tu negocio.

.03



¿Cómo se crea una Buyer Persona?

- **Gracias a este puedes desarrollar un lenguaje en común con los compradores:** La comprensión de los compradores puede variar entre diferentes estándares y la rigidez de algunas empresas no les permiten generar un ambiente de relación con los mismos, al no saber bien cómo comunicarse con ellos.

Sin embargo, las Buyer Personas proporcionan una plataforma de lenguaje y comunicación común sobre los compradores. Ayudar a superar las barreras de silos y crear el enfoque donde debería estar: ayudar a los compradores y clientes a cumplir sus objetivos, creando un lazo estrecho con los mismos.

- **Te ayudan a elegir la estrategia adecuada:** La toma de decisiones relacionada con las estrategias de comercialización, marketing y ventas puede constituir un juego de adivinanzas; los comportamientos de compra están cambiando cada mes. Los mejores equipos ejecutivos practicantes buscan la comprensión cualitativa de los compradores, así como cuantitativa, y es justo aquí donde entra nuestra Buyer Persona.

- **Se pueden alcanzar mejores resultados de rendimiento:** Según varios estudios, las empresas B2B que han implementado las mejores prácticas para centrarse en el cliente y el comprador han superado constantemente a sus competidores. En sus esfuerzos, las Buyer Personas fueron un componente crucial de un plan general para guiar a su empresa hacia la centralidad del cliente, enfocándose más en su relación con él y en satisfacer sus exigencias.

- **La globalización es ahora una necesidad para todas las empresas.** Cuando las BP se introdujeron formalmente a finales de los 90's y principios de los 2000 ,la globalización era una estrategia reservada únicamente para las grandes empresas.

Pero mucho ha cambiado con la introducción de tecnologías que hacen que las barreras de captación de clientes caigan como el Muro de Berlín. Las empresas están entrando en nuevos mercados con poco conocimiento de los comportamientos de compra regionales y poco margen para errores, todo esto gracias a las Buyer Personas.

.04





Ejemplo de lo que es una Buyer Persona:

Ahora, ha llegado el momento de ejemplificar la creación de una Buyer Persona. Primero, poniéndonos en el ficticio caso de que tu cuentas con una empresa que se encarga de vender autos usados, y que entonces al hacer un análisis de tu cartera de clientes te das cuenta de los siguientes datos:

- El 80% de tus clientes son Hombres.
- Su edad ronda entre los 25 y 30 años de edad.
- Residen en la misma ciudad en la que se encuentra su empresa.
- Con un trabajo con una buena remuneración, pero no lo suficiente para comprar un auto nuevo.
- Cuentan con la incipiente necesidad de transportarse cómodamente de su hogar al trabajo
- Acuden austeros en búsqueda de un auto de calidad y a un precio accesible

Ahora, a partir de estos datos usted puede realizar una aproximación de cómo puede ser su prototipo de cliente ideal quedando la ficha de Buyer Persona de la siguiente manera:

Nombre: Juan Rodríguez (nombre genérico)

Sexo: Masculino

Edad: 25 años.

Reside: Vive en la misma ciudad donde se encuentra su empresa.

Soltero.

Laborales: Licenciado, gerente de sucursal de tienda de artículos deportivos

Metas: Requiere movilizarse libre y cómodamente desde su casa al trabajo

Retos y necesidades: Cuenta con un presupuesto limitado

Formas de comunicación: Usualmente usa las redes sociales para comunicarse y lee constante varios blogs informativos.

Qué puede hacer tu empresa para ayudarlo a solucionar sus problemas: Ofreciéndole un automóvil que se adecue a su presupuesto y necesidades

Objeciones que se puedan presentar: El producto ofrecido no complace sus estándares

Circunstancia de compra: A través de internet, principalmente por medio del sitio web de tu empresa

Valor percibido: Él potencial comprador se dirige a ti al ver una oportunidad de hacer una compra justa y que lo ayude a satisfacer exitosamente la necesidad que presenta: transportarse cómodamente.

Con esta simple ficha puedes comenzar a realizar estrategias de atracción, a través de contenido rico que ayuden a cualquiera con estas mismas características a darse cuenta de su problema, interesarse más en el y finalmente realizar una opción de compra.

[Contactos](#)

.05



OTROS CONTENIDOS

eBook

TÉCNICAS DE POSICIONAMIENTO SEO

Te invitamos a:

[DESCARGA AHORA](#)

GPS Marketing AGENCY

EBOOK

INBOUND MARKETING

¿Qué es Inbound Marketing que sirve? ¿Cómo puedo utilizarlo cuando necesito?

[LEER AHORA](#)

EBOOK

SERVICIOS GPS Marketing AGENCY

[LEER AHORA](#)

EBOOK

¿QUÉ ES EL MARKETING DE CONTENIDOS Y ESTRATEGIAS DE CONTENIDOS?

[LEER AHORA](#)

eBook

sie 7e motivos para crear una estrategia de Marketing Digital y aumentar las Ventas

Conoce como crear Estrategias de Marketing Digital

¿QUIERES AUMENTAR LAS VENTAS DE TU EMPRESA?

Te invitamos a:

[DESCARGA AHORA](#)

GPS Marketing AGENCY

eBook

LOS TIPOS DE CONTENIDO EN EL TOFU, MOFU Y BOFU

LOS TIPOS DE CONTENIDO EN EL TOFU, MOFU Y BOFU

Te invitamos a:

[DESCARGA AHORA](#)

GPS Marketing AGENCY

eBook

AGENCIA DE MARKETING DIGITAL COLOMBIA

Te invitamos a:

[DESCARGA AHORA](#)

GPS Marketing AGENCY

GPS EBOOK

AUTOMATIZACIÓN DEL MARKETING

IMPLEMENTACIÓN DE SOFTWARE

[LEER AHORA](#)

GPS EBOOK

CASOS DE ÉXITO

GPS MARKETING

[LEER AHORA](#)



Conclusión

Puedes estar por seguir luego de haber leído todo este Ebook, que vas a estar más preparado a la hora de generar una Buyer Persona que te ayude a mejorar la forma con la que interactúas con tus clientes y desarrollamos estrategias de marketing para atraer a potenciales clientes y convertirlos en fieles compradores de tu marca.

Así que no pierdas más tiempo y ponte en marcha para que puedas disfrutar de los beneficios corporativos que conlleva en contar con una Buyer Persona bien construida. Recuerda también que para cualquier asesoramiento o duda que tengas puedes visitar nuestra página web, puesto que en **GPS** estamos capacitados para brindarte ese apoyo que tanto te mereces no dudes en contactarnos.

.06



LA GUÍA PARA CREAR EL BUYER PERSONA --- EN TU NEGOCIO