

Descubre cómo es tu cliente ideal

Identifícalo para enfocar tu comunicación Web para vender más.

Este ejercicio está pensado como una guía para ayudarte a identificar a tu cliente ideal. Ese tipo de cliente potencial deseado al que quieres llegar, que te conozca y adquiera tus servicios o productos.

Empezamos a enfocarnos poco a poco.

¿De qué es tu negocio? ¿Qué haces para tus clientes?

Yo tengo una solución para...

.....
.....
.....
.....

¿Qué personas o empresas necesitan solucionar ese problema?

.....
.....

Entre estas personas o empresas, ¿Quiénes son conscientes y sufren por no tener solucionado este problema?

.....
.....

De entre los que lo sufren ¿Cuáles están dispuestos a hacer algo para solucionarlo?

.....
.....

¿Quiénes tienen dinero disponible para invertir y pagar por la solución?

.....
.....

De entre los que están dispuestos a pagar, ¿son realmente el tipo de clientes a los que quieres atender?

Elige a los clientes ideales tipo a los que quieres atender. Esto es muy importante, porque en ocasiones, aunque tu cliente potencial tenga dinero para pagarte, pero a cambio te martiriza y te complica la existencia, lo mejor es no trabajar con ellos, porque pueden acabar con tu bienestar.

.....
.....
.....

Ponle cara a tu cliente potencial deseado, tu cliente ideal.

Ahora piensa en todos los clientes ideales que ya has tenido y piensa como son, ¿qué tienen en común?

.....
.....
.....

Edad, nivel de ingresos, género, industria, profesión...

.....
.....

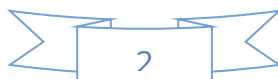
Valores y actitud ante la vida, talante, estilo de vida, intereses, hobbies...

.....
.....

Con estas características comunes ya puedes concretar en una representación tipo de tu cliente ideal y completar con más detalles.

Este es el perfil de tu cliente deseado y lo tendrás presente para desarrollar toda tu comunicación y estrategias de marketing.

Ahora construye un cliente tipo con nombre y apellidos, según las características que ya has identificado. Le vamos a poner cara y ojos.



Crea ahora el personaje:

El objetivo de este ejercicio es que puedas meterte en su piel, sentir sus emociones para enfocar toda tu comunicación con acierto. Como enfocarás la Web, los emails y las promociones.

Su aspecto:

¿Es hombre o mujer?

.....

¿Cómo se llama?

.....

¿Qué edad tiene?

.....

¿De qué trabaja?

.....

¿Cuánto gana?

.....

¿Cómo viste?

.....

¿Dónde vive? ¿Ciudad o pueblo?

.....

¿En una casa o un apartamento?

.....

Su personalidad:

¿Qué lee? ¿Qué revistas? ¿Qué libros? ¿Qué blogs?

.....

¿Cómo actúa ante la vida?

.....
.....

¿Qué es lo que no soporta?

.....
.....

¿En qué cree?

.....
.....

Ahora piensa y actúa como él. Ponte en su piel para sentir como él, mirar con sus ojos

¿Qué le emociona a la hora de realizar la compra de tu servicio o producto?

.....
.....

¿Cuál es la motivación principal? ¿Qué es lo que espera conseguir?

¿Cómo justifica esta inversión, este gasto? Todos compramos y nos lo justificamos de alguna forma, nos contamos algo a nosotros mismos.

Escribe aquí toda esa reflexión íntima de tu cliente ideal. Escribe como si fueras él. Ponte en sus zapatos, déjalo fluir por tu lápiz

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

.....
.....
.....

Seguro que ahora estás pensando que esto es un rollo y quieres saltarte esta parte.

Haz el esfuerzo de redactar esta parte porque en tu escrito descubrirás lo que necesitas saber para enfocar la comunicación de tu página Web y de tu empresa. Si no lo haces, perderás el hilo.

.....

Ahora que ya has pensado y escrito como si fueras tu cliente ideal, responde estas preguntas relacionadas con tu producto o servicio:

- ¿Qué te preocupa? ¿Para qué estás buscando una solución?
.....
.....
- ¿Qué esperas que solucione? ¿Qué tensión o incomodidad quieres eliminar de una vez por todas?
.....
.....
- ¿Qué promesa indispensable tendría que prometerte este producto o servicio para pagar lo que fuese, sin que te importe la cantidad?
.....
.....

Ahora, en caliente, escribe la lista de las características de tu producto o servicio y conviértelo en ventajas para tu cliente ideal. La solución a todos sus anhelos.

CARACTERÍSTICAS

VS

VENTAJAS

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

¡Enhorabuena!

Lo has conseguido, ya tienes los pilares para construir toda la comunicación enfocada a tu cliente con acierto.

Te dará ideas para tu Web, para tus páginas de venta de productos, para captar su atención con los emails, para crear artículos de blog...

Estos 45 minutos son más productivos que muchas reuniones y otros calentamientos de cabeza.

Si tienes varias líneas de producto o servicios, tendrías que realizar de nuevo este ejercicio pensando en ese otro cliente ideal tipo.