

GUÍA: CÓMO IDENTIFICAR A TU



JOE VINDAS

Branding Coach y
CEO Grupo Jota Marketing

JoeVindas
MARKETING

CÓMO IDENTIFICAR A TU CLIENTE IDEAL

La siguiente es una guía que, al completarla, te permitirá tener una mejor idea de cual es tu cliente ideal, el cliente que quieres para tu negocio



RECUERDA: No todo el mundo es tu cliente y entre más específicas sean las características de tu cliente ideal mejor lo vas a conocer y vas a perfeccionar el mensaje y las estrategias en tus campañas de marketing ya que enfocas tus esfuerzos (energía, tiempo, dinero) en atraer un público que va a ser beneficioso para tu negocio y te va a ayudar en su crecimiento.

HOJA DE EJERCICIOS

1. Cómo definir tu cliente ideal:

Revisa en tu lista de clientes actuales

Ubica a tus clientes que son más rentables y encuentra las características e intereses comunes entre ellos. ¿Por qué compran tu oferta? La mejor manera de contestar este punto es preguntarle directamente a tus clientes.

Escribe por qué tus clientes favoritos ACTUALES compran tu producto / servicio:

2. Cómo definir tu cliente ideal:

Analiza tu producto / servicio

Crear una lista de las características de tus productos y/o servicios y al frente de cada característica escribe los beneficios que ofrece. Luego escribe el tipo de personas aque podrían sacar ventaja de estos beneficios.

Escribe por qué tus clientes favoritos ACTUALES compran tu producto / servicio:

PRODUCTO / SERVICIO	CARACTERÍSTICAS	BENEFICIOS

3. Cómo definir tu cliente ideal:

Revisa tu competencia

Investiga cual es tu competencia y cuales son las características de sus clientes no para que vayas detrás de los mismos clientes sino que puede haber un tipo de cliente que ellos no están atendiendo adecuadamente y es allí donde puedes tener un nicho y puedes marcar la diferencia

Escribe el tipo de cliente que tu competencia no está atendiendo adecuadamente (o no está atendiendo) y que tu le puedes ofrecer la solución que ellos están buscando:

4. Cómo definir tu cliente ideal:

Selecciona las características demográficas específicas

Identifica no únicamente quién se puede beneficiar de tus productos/servicios, también quién está dispuesto a pagar por ellos. Enlista los siguientes factores:

EDAD	
UBICACIÓN	
GÉNERO	
NIVEL ECONÓMICO	
NIVEL EDUCATIVO	
ESTADO CIVIL	
OCUPACIÓN/PROFESIÓN	
ORIGEN ÉTNICO	

5. Cómo definir tu cliente ideal:

Ten en cuenta su personalidad

Define las características que definen la personalidad de tu cliente ideal, incluyendo:

ACTITUDES	
VALORES	
INTERESES	
PASATIEMPOS/HOBBIES	
INCLINACIONES (POLÍTICAS RELIGIOSAS, SEXUALES, ETC)	
OTROS	

Define sus necesidades

METAS	
OBJETIVOS	
RETOS	
PUNTOS DE DOLOR	
OBJECIONES	
OTROS	

6. Cómo definir tu cliente ideal:

Ten en cuenta su comportamiento

Fuentes de información

SITIOS WEB	
BLOGS / NOTICIAS	
LIBROS	
CONFERENCIAS	
GURUS	
OTROS	

Rol en la decisión de compra

	INICIADOR	SUGIERE POR PRIMERA VEZ
	INFLUENCIADOR	INFLUYE EN LA DECISIÓN
	ESPECIFICADOR	DETERMINA QUE COMPRAR
	DECIDIDOR	DECIDE QUÉ, CUÁNDO, DÓNDE, CUÁNTO
	COMPRADOR	TOMA LA ACCIÓN DE LA COMPRA
	USUARIO	CONSUME O USA Y CALIFICA

7. Define tu cliente ideal

CLIENTE IDEAL

Producto / Servicio: _____



Datos demográficos

NOMBRE:
EDAD:
GÉNERO:
ESTADO CIVIL:
TIENE HIJOS: CUÁNTOS:
UBICACIÓN

RETOS Y PUNTOS DE DOLOR

METAS Y OBJETIVOS

OBJECIONES

PERSONALIDAD

ROL EN EL PROCESO DE
COMPRA

FUENTES DE INFORMACIÓN

Evalúa tu decisión

Una vez que tengas definido tu cliente ideal asegúrate de considerar las siguientes preguntas:

- ¿Hay suficientes personas que cumplan estas características?
- ¿Mi cliente ideal se beneficiará verdaderamente de mi producto/servicio? ¿Verá una necesidad por mi oferta?
- ¿Entiendo los factores que hacen que estos clientes tomen la decisión de comprar?
- ¿Puede pagar por mis productos/servicios?

¿Puedo hacer llegar mi mensaje a ellos? ¿Este cliente ideal es accesible?

Seguramente no vas a completar esta hoja de ejercicios en un solo día y posiblemente vas a tener que investigar algunos datos para poder completar los ejercicios pero **lo importante es que identifiques a tu cliente ideal porque es una parte importante en el éxito de tu negocio.**



Te invito a que visites mi sitio web en donde encontrarás más información y recursos



WWW.JOEVINDASMARKETING.COM

También me puedes encontrar en



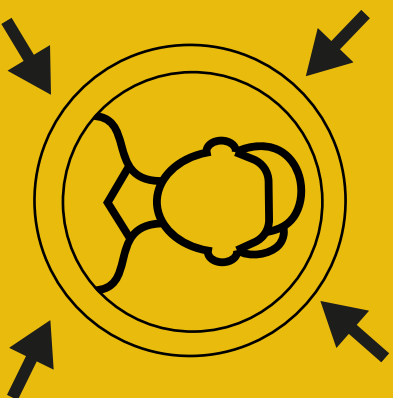
/JOE VINDAS MARKETING

JoeVindas
MARKETING

Gracias

CLIENTE IDEAL

Producto / Servicio: _____



Datos demográficos

NOMBRE:
EDAD:
GÉNERO:
ESTADO CIVIL:
TIENE HIJOS:
UBICACIÓN

CUÁNTOS:

RETOS Y PUNTOS DE DOLOR

METAS Y OBJETIVOS

OBJECIONES

ROL EN EL PROCESO DE
COMPRA

PERSONALIDAD

FUENTES DE INFORMACIÓN