

Plantilla – Buyer Persona



Demografía

Estos datos se pueden recopilar de perfiles de clientes existentes, equipos o herramientas de análisis o a través de un análisis de mercado.

Nombre

Edad

Género

Ubicación

Estado civil

Nivel de educación

Ingresos



Situación profesional

Esta información puede recopilarse de clientes actuales (entrevistas, formularios, etc.) y de equipos internos (ventas, atención al cliente, etc.)

Cargo

Nivel del puesto

(Manager, especialista, etc.)

Industria



Psicografía

Estos datos se pueden conseguir a través de entrevistas, cuestionarios, redes sociales, etc.

Objetivos profesionales

Objetivos personales

Creencias y valores



Puntos de dolor y retos

Esta información puede recopilarse a través de equipos internos (ventas, atención al cliente, eventos) y entrevistas, cuestionarios, redes sociales, etc.

Mayores desafíos y puntos de dolor

Obstáculos al intentar conseguir objetivos

Miedos racionales e irracionales_



Fuentes de información

Estos puntos se pueden recopilar a través de una investigación de mercado o investigación de la competencia, así como de los perfiles de actuales clientes.

Preferencias en cuanto a blogs, redes sociales y medios (digitales e impresos)

Influencers clave y líderes del mercado

Eventos o conferencias favoritas (online y offline)



Proceso de compra

Esta información puede venir de equipos internos (ventas, atención al cliente, redes sociales o analítica).

Papel a la hora de la toma de decisión

Potencial ciclo de vida

¿Qué le impide realizar la compra?