



El componente formativo el *buyer* persona según el contexto empresarial se centra en aspectos cruciales para comprender y atraer a los clientes de manera efectiva. Inicia explorando el campo del mercadeo, abordando el *marketing* en entornos digitales, la planeación estratégica y la segmentación como herramientas clave. Luego, se adentra en la construcción de la propuesta de valor de la organización, utilizando modelos como el de negocio, el Canvas y el ciclo de vida del producto digital. Asimismo, se examinan elementos esenciales como la marca. El componente también profundiza en la elaboración de mapas de empatía, arquetipos digitales y personas compradoras, desglosando sus características distintivas y su papel en la comprensión del cliente, complementado con el concepto de prospecto de cliente y sus atributos.

