

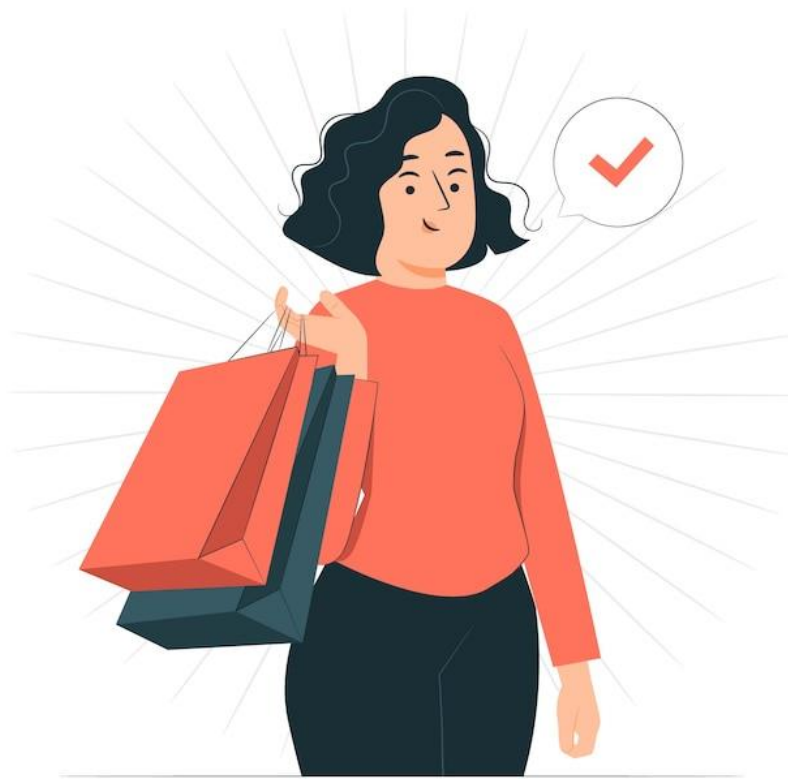
Programa IDEAS

Programa de Incubación 

Módulo 2 Diseño

Tema 2.2 Segmento de clientes

Los **clientes** son el centro de cualquier modelo de negocios, ya que ninguna empresa puede sobrevivir mucho tiempo si no tiene clientes



Un **cliente** es la o las personas que compra tus productos o servicios



Un **consumidor** es quien usa tus productos o servicios

Por ejemplo, un hombre
que **compra** un perfume
para regalar a su pareja
es un **cliente**



Por otro lado, la pareja del
hombre es **consumidor@** ya que
es quien va a usar el perfume.



Esta diferencia es crucial,
debido a que, tomando
como referencia el valor,
una de las partes va poner
el dinero.

Mientras que la otra
parte disfruta de los
beneficios que el
producto o servicio
proporciona



Aunque existen ocasiones dónde el cliente también consume los productos



Hablando de clientes, también podemos diferenciar entre dos tipos que tienen que ver con el periodo en que consumen.



Un **cliente potencial** es quien podría comprar en algún momento tus productos o servicios



Un **cliente real** es quien en algún momento ya ha comprado tus productos o servicios.



Al momento de consumir el producto o servicio tus clientes **potenciales** se convierten en **reales**.



Para incentivar a los clientes a que consuman,
las empresas deben entender que son
personas y que tienen **necesidades específicas**.



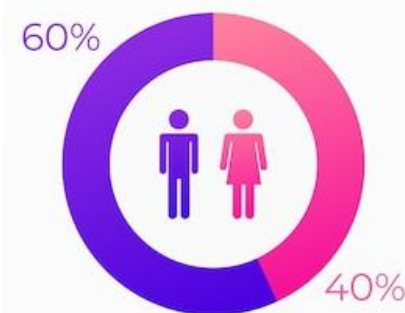
Para entender a las personas
identificaremos 4 grupos de
características que los definen:

- Demográficos
- Geográficos
- Psicológicos
- Psicográficos

Demográficos

Características que nos ayudan a diferenciar individuos en una población, por ejemplo:

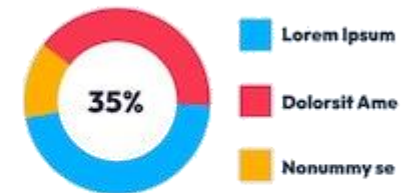
- Edad
- Género
- Estado civil
- Religión
- Nivel Socio Económico
- Grado de estudios
- Jefatura de familia
- Natalidad
- Mortalidad
- Clase social



Geográficos

Ayudan a identificar a una población dentro de un espacio físico. Algunos ejemplos son:

- País
 - Región
 - Estado
 - Ciudad
 - Zona
 - Colonia
- Clima
 - Idioma
 - Flora
 - Fauna
 - Cultura



Lorem ipsum dolor sit amet, nelli consetetur
adipiscing elit, sed mar lor mius marea. Lost
mares amol nasedr bilost gierel mas lopear
amedistic nos.

Psicológicos

Ayudan entender las distintas formas de pensar o sentirse de nuestros clientes.

Algunos ejemplos son:

- Sentimientos
- Emociones
- Estado de ánimo
- Identidad cultural
- Tradiciones
- Costumbres
- Autoconcepto
- Motivación
- Familia

Pirámide de Maslow



Psicográficos

Nos ayudan a entender de forma íntima al cliente, como individuo, a través de sus hábitos. Algunos ejemplos son:

- Miedos
- Objetivos
- Ideas comunes
- Expresiones comunes
- Lenguaje utilizado
- Tendencias
- Datos clave: (Desea renunciar a su trabajo)
- Preferencias
- Pasatiempos



Ejemplo

Demográficos	Geográficos	Psicológicos	Psicográficos
Edad: 18 – 35 años	País: México	Personalidad: Amable	Miedo: que su familia no tenga bienestar
Género: F y M	Estado: Chihuahua	Sentimiento: Alegría	Objetivo: Incrementar ingresos
NSE: C+	Ciudad: Juárez	Estado de ánimo: Alegre	Ideas: Los negocios dejan lana
Religión: Cristiana	Región: Norteño	Tradición: Halloween, Navidad	Expresiones: “A darle, no queda de otra”
Ocupación: Trabajador	Zona: Surponiente (Torres)	Costumbres: Respetar mayores	Lenguaje: Coloquial
Estudios: Preparatoria	Idioma: Español	Motivación: Seguridad	Pasatiempos: Leer, consultar RS
Estado civil: casado		Motivación según McLuhan: Logro de objetivos	Tendencias: Gordita bailando, lo veo y lo quiero...

Llene la tabla de segmentación con los datos de sus clientes potenciales

Demográficos	Geográficos	Psicológicos	Psicográficos
Edad:	País:	Personalidad:	Miedo:
Género	Estado:	Sentimiento:	Objetivo:
NSE:	Ciudad:	Estado de ánimo:	Ideas:
Religión:	Región:	Tradición:	Expresiones:
Ocupación:	Zona:	Costumbres:	Lenguaje:
Estudios:	Idioma:	Motivación:	Pasatiempos:
Estado civil:		Motivación según McLuhan:	Tendencias:

En un negocio puede haber uno o varios segmentos, para identificarlos, generalmente se les asignan nombres que describen sus características, por ejemplo: El segmento de **godinez**.



Buyer persona

Recomendamos las siguientes preguntas para formular este modelo:

- ¿Qué elementos valora tu cliente?
- ¿Qué hace tu cliente en su día a día?
- ¿Qué metas quiere alcanzar?
- ¿Qué productos consume en su día a día?
- ¿Qué marcas prefiere?
- ¿Cuál es su sueño?
- ¿Cuáles son sus problemas

- ¿Qué elementos valora tu cliente?
 - El trabajo duro
- ¿Qué hace tu cliente en su día a día?
 - Trabaja, atiende su negocio y se capacita
- ¿Qué metas quiere alcanzar?
 - Incrementar sus ingresos
- ¿Qué productos consume en su día a día?
 - Ensaladas, burritos, café, celular, ropa casual
- ¿Qué marcas prefiere?
 - Honda, Crisóstomo, Starbucks, Iphone, Aeropostale
- ¿Cuál es su sueño?
 - Tener éxito en el negocio de la comida y dejar patrimonio a sus hijos
- ¿Cuáles son sus problemas?
 - Falta de organización, conocimiento limitado, inseguridad, etc.

Pon un nombre e imagen a tu cliente

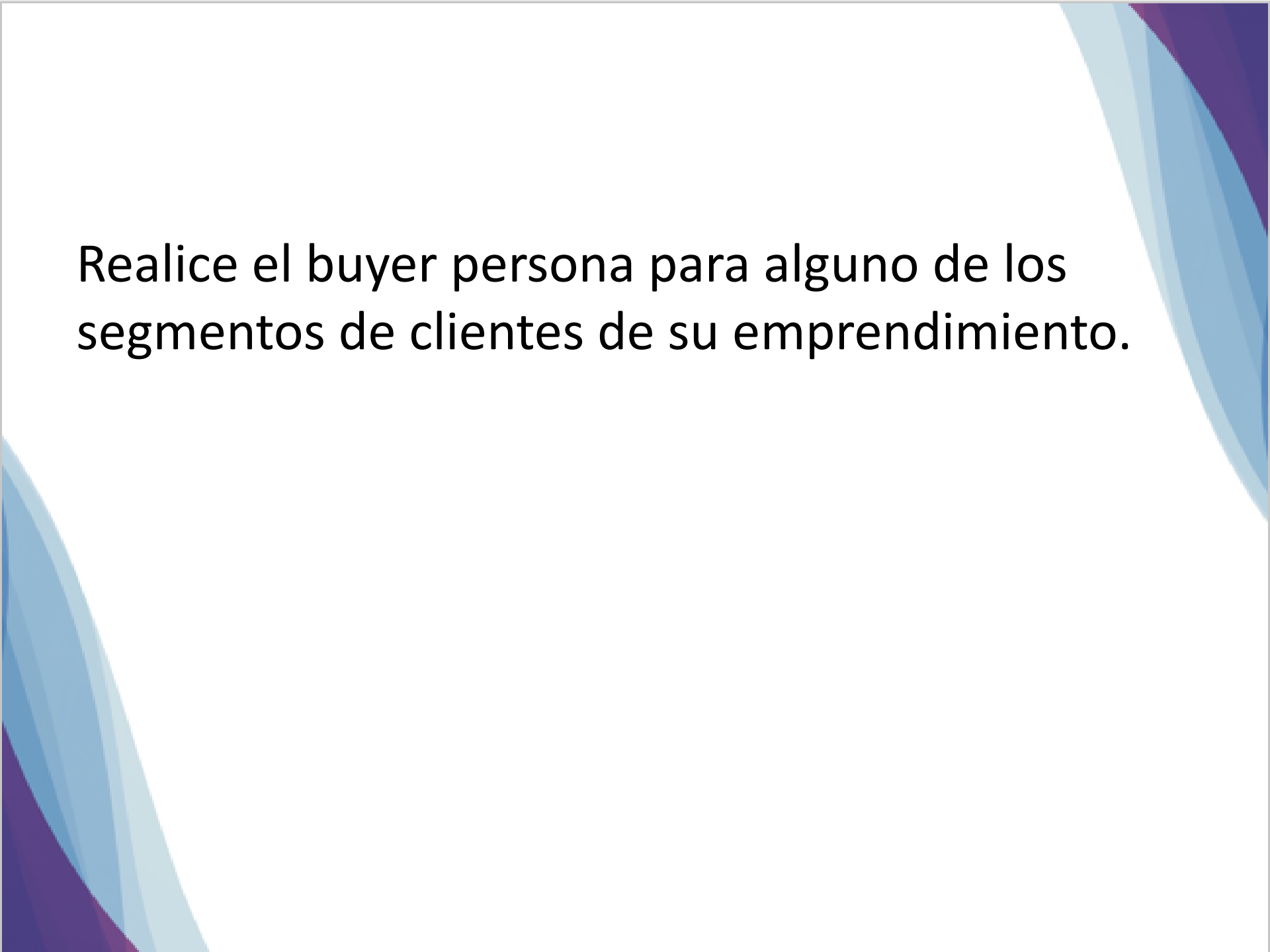
Juan



Juan



Empleado de maquiladora en Ciudad Juárez que valora el trabajo duro, tiene esposa e hijos. La situación de la economía lo ha orillado a emprender, buscando incrementar el bienestar de su familia. Su sueño es tener éxito e incrementar el nivel de vida de su hogar, pero la falta de capacitación y su inseguridad lo detienen constantemente, le gustaría ganar confianza y organizar su negocio para que sea rentable.



Realice el buyer persona para alguno de los segmentos de clientes de su emprendimiento.

Otra perspectiva es, a través de esta útil herramienta de la empresa **Hubspot**
[Generador de buyer personas gratuito | HubSpot](#)

Por último es importante evaluar tus segmentos de clientes, para saber si estás considerando al segmento adecuado o si la relación con tus clientes esta proporcionando valor a ellos y a tu empresa. Para eso Osterwalder recomienda las siguientes preguntas:

El índice de migración de clientes es bajo

5 4 3 2 1

1 2 3 4 5

El índice de migración de clientes es elevado

La cartera de clientes está bien segmentada

5 4 3 2 1

1 2 3 4 5

La cartera de clientes no está segmentada

Captamos nuevos clientes constantemente

5 4 3 2 1

1 2 3 4 5

No captamos nuevos clientes