

Customer persona

 **Subetapa:**
Empatía

 **Tiempo:**
90 min

 **Dinámica recomendada:**
Individual o equipo de innovadores

 **Materiales aplicación física:**

- Formato impreso (carta)
- Plumones de punto fino

 **Materiales aplicación digital:**

- Plantilla en Miro
- Laptops con internet

 **Enlace de descarga:**
tooltec.mx

 **Notas al instructor:**
En las opciones de la “parte 1: datos generales” se pueden elegir varias.

Esta herramienta propone incluir el **Iceberg tool** [BuOp·19].

Customer persona

BuOp · 16



Es una herramienta que detalla las características y motivaciones de un cliente específico en un momento dado. Esta herramienta busca identificar a los clientes, compradores y beneficiarios de un producto/servicio.

Esta herramienta está dividida en tres partes principales, las cuales se explican a continuación a detalle.

- **Parte 1: Datos generales.** Esta sección solamente describe las características generales del cliente, así como el nivel del conocimiento del mismo.
- **Parte 2. ¿Qué lo motiva?** Esta sección se llena a través del “Iceberg tool” [BuOp · 19] Ver instrucciones.
- **Parte 3. ¿Entonces qué?** Esta sección hace un enlace entre el cliente y la solución propuesta.

Autor:
Alex Bruton

Bibliografía:
Dr. Alex Bruton. (2 de noviembre de 2022). The Innographer. <https://www.theinnographer.com/>

Referencias adicionales:
<https://www.facebook.com/theinnographer/about/>
alex@theinnographer.com

PARTE 1. Datos generales

CLIENTE QUE SE ANALIZARÁ:	
NOMBRE:	
DESCRIPCIÓN:	
FOTO:	
ROL DEL CLIENTE:	
<input type="checkbox"/> USUARIO/CONSUMIDOR	
<input type="checkbox"/> COMPRADOR/CLIENTE	
<input type="checkbox"/> BENEFICIARIO	
Si su persona no está desempeñando estos tres roles (sucede frecuentemente), cree otras personas hasta que las capture.	
CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS:	
(edad, género, nivel socioeconómico), localización, ocupación, nivel de estudios, etc.	

PARTE 2. ¿Qué lo motiva?

¿QUÉ LO MOTIVA?	
Se llena a través del “Iceberg tool [BuOp · 19]”.	
SUS ACCIONES/DECLARACIONES:	
REGLAS, ESTRUCTURAS, PROCESOS, TRABAJOS:	
PROBLEMAS O NECESIDADES QUE EL CLIENTE ESTÁ TRATANDO DE RESOLVER:	
MOTIVACIÓN, CONDUCTOR O FUENTE DEL PROBLEMA:	
QUIEN REALMENTE ES:	

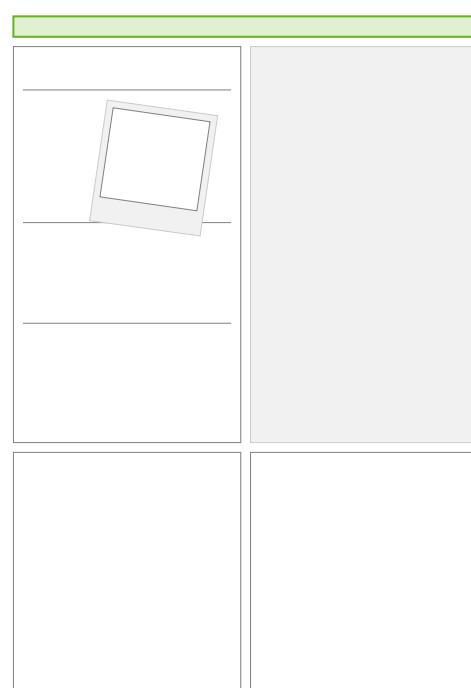
PARTE 3. ¿Entonces qué?

¿ENTONCES QUÉ?	
Enlace entre el cliente y la solución propuesta	
¿CUÁL ES SU MAYOR DESEO?	
¿CUÁL ES SU PROBLEMA?	
¿QUÉ Y QUÉ TAN BIEN EL OFRECIMIENTO SOLUCIONA LA SITUACIÓN?	
IDEALMENTE, ¿QUÉ TE GUSTARÍA QUE HICIERA ADICIONALMENTE	
¿QUÉ BARRERAS EXISTEN PARA QUE ADOpte LA OFERTA QUE SE LE OFRECE?	

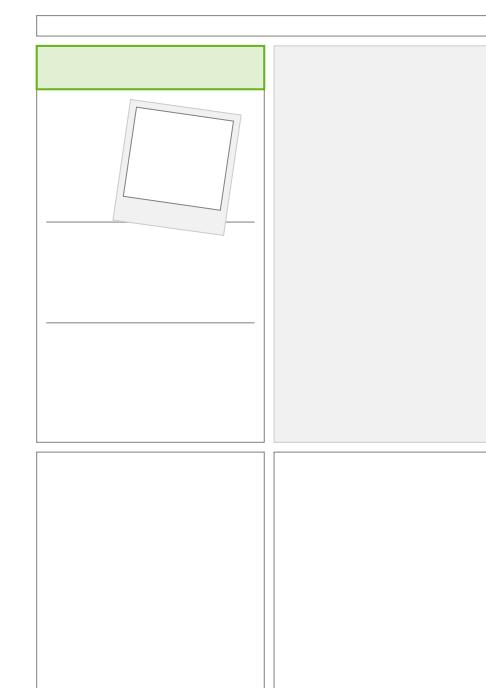
Al final toda esta información servirá para ajustar el diseño del producto, así como para ajustar la comunicación con cada uno de los clientes.

Customer persona

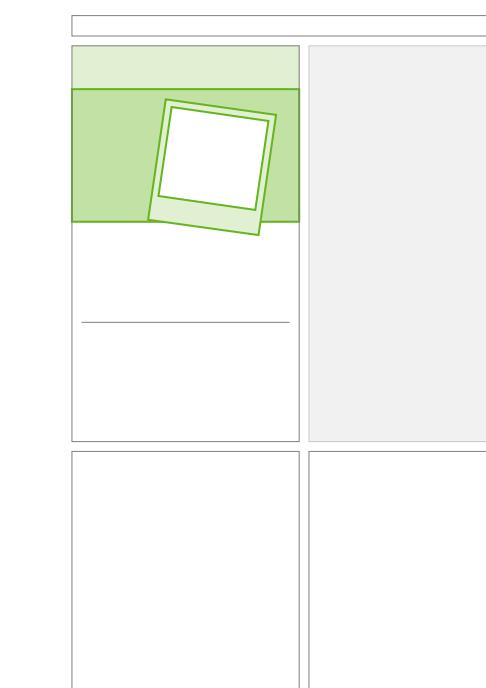
BuOp · 16

**Paso 1.**

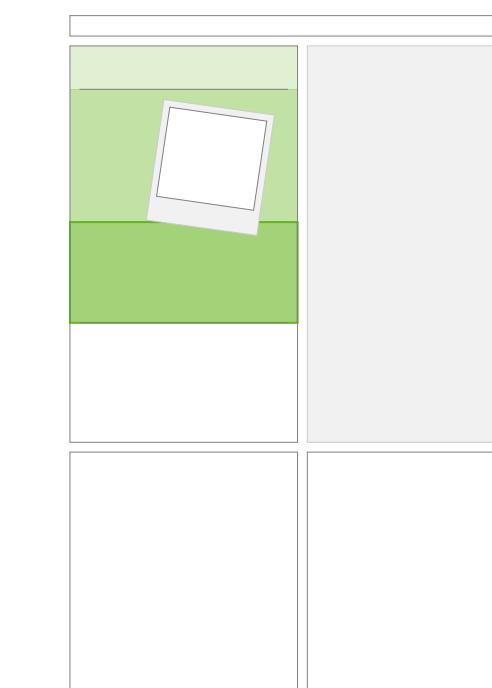
Se determina qué cliente se analizará en el customer persona.

**Paso 2.**

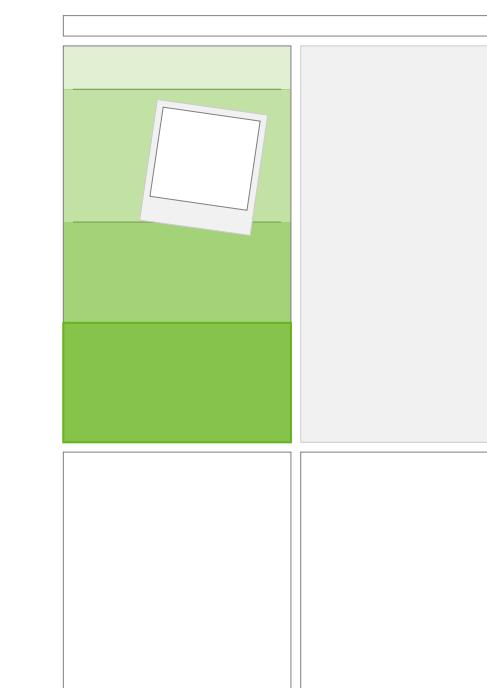
Se escribe nombre y breve descripción del cliente.

**Paso 3.**

Se elige una foto representativa del cliente o se dibuja.

**Paso 4.**

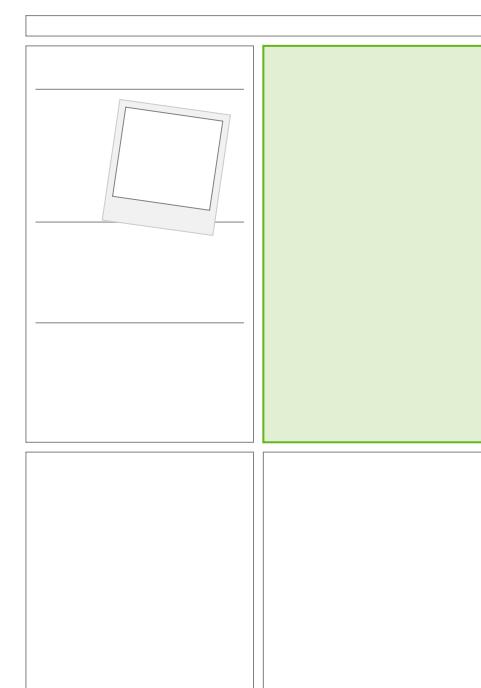
Se determina el rol del cliente.

**Paso 5.**

Se explican brevemente las principales características demográficas y socioeconómicas del cliente.

Customer persona

BuOp · 16



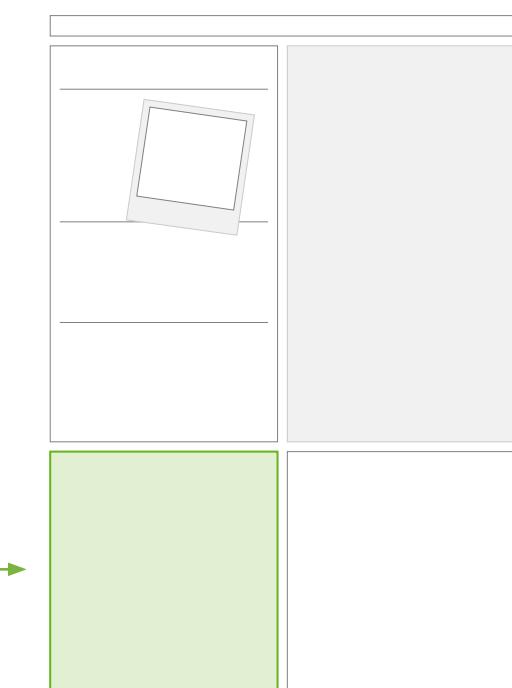
Paso 6.

Se elige entre las alternativas el nivel del conocimiento sobre el cliente y la fuente de información para llegar a dicho nivel de conocimiento. Se pueden elegir varias.



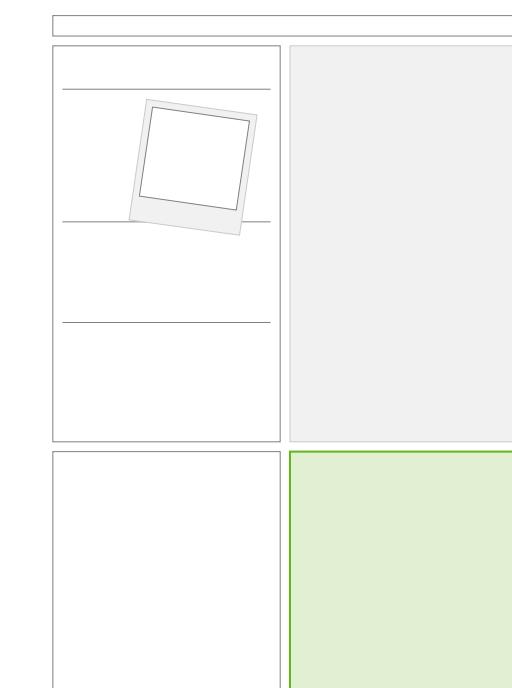
Paso 7.

Se debe desarrollar el “**Iceberg Tool**” [BuOp · 19] para llenar la Parte 2.



Paso 8.

Se deben vaciar los resultados en la parte 2 del formato.



Paso 9.

Se deben contestar las preguntas de la Parte 3, vinculadas con la relación entre el cliente y la propuesta de valor.

Customer persona

BuOp · 16



Diseño original:

Dr. Alex Bruton. (2 de noviembre de 2022). The Innographer. <https://www.theinnographer.com/>

Adaptación:

ToolTec

CLIENTE QUE SE ANALIZARÁ:	
NOMBRE: DESCRIPCIÓN: FOTO: 	DISEÑADOR: TIPO DE PERSONA: <input type="checkbox"/> BAJO DESARROLLO <input type="checkbox"/> UNA HIPÓTESIS EN MI CABEZA <input type="checkbox"/> SOPORTADO POR EVIDENCIA QUE HE ALMACENADO <input type="checkbox"/> VALIDADO A TRAVÉS DE VENTA Y ADOPCIÓN <input type="checkbox"/> DESACTUALIZADO <input type="checkbox"/> OTRO <input type="checkbox"/> OTRO
ROL DEL CLIENTE: <input type="checkbox"/> USUARIO/CONSUMIDOR <input type="checkbox"/> COMPRADOR/CLIENTE <input type="checkbox"/> BENEFICIARIO Si su persona no está desempeñando estos tres roles (sucede frecuentemente), cree otras personas hasta que las capture.	EN QUE ESTÁ BASADO ESTE CONOCIMIENTO: <input type="checkbox"/> MI IMAGINACIÓN Y MIS CORAZONADAS <input type="checkbox"/> MIS OBSERVACIONES <input type="checkbox"/> ENTREVISTAS <input type="checkbox"/> PATRONES EN LAS ENTREVISTAS <input type="checkbox"/> ROLE PLAY EMPÁTICO <input type="checkbox"/> EXPERIENCIA PERSONAL EMBEBIDA <input type="checkbox"/> ESCENARIO DEL CLIENTE / ANÁLISIS DE CONTEXTO <input type="checkbox"/> RETROALIMENTACIÓN SOBRE UN PROTOTIPO <input type="checkbox"/> OTRO <input type="checkbox"/> OTRO
CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS: (edad, género, nivel socioeconómico), localización, ocupación, nivel de estudios, etc.	
¿QUÉ LO MOTIVA? Se llena a través del "Iceberg tool [BuOp · 19]".	¿ENTONCES QUÉ? Enlace entre el cliente y la solución propuesta
SUS ACCIONES/DECLARACIONES:	¿CUÁL ES SU MAYOR DESEO?
REGLAS, ESTRUCTURAS, PROCESOS, TRABAJOS:	¿CUÁL ES SU PROBLEMA?
PROBLEMAS O NECESIDADES QUE EL CLIENTE ESTÁ TRATANDO DE RESOLVER:	¿QUÉ Y QUÉ TAN BIEN EL OFRECIMIENTO SOLUCIONA LA SITUACIÓN?
MOTIVACIÓN, CONDUCTOR O FUENTE DEL PROBLEMA:	IDEALMENTE, ¿QUÉ TE GUSTARÍA QUE HICIERA ADICIONALMENTE
QUIEN REALMENTE ES:	¿QUÉ BARRERAS EXISTEN PARA QUE ADOPE LA OFERTA QUE SE LE OFRECE?

© 2022 ToolTec.

