

Sesión 04: El buyer persona

Profesor: Renzo Reynoso Legovic



Tabla de contenidos

1

Buyer persona

Definición, tipos, ventajas e importancia.

2

Creación de perfiles

Qué incluye un perfil y cómo crearlo.

3

Mapa de empatía

Comprendiendo mejor a los consumidores.

4

El buyer journey

Las etapas del recorrido de compra.

1

Buyer Persona

Definición, tipos, ventajas
e importancia.





¿A quién
puedes ayudar?

Ejemplo: Ortopedista

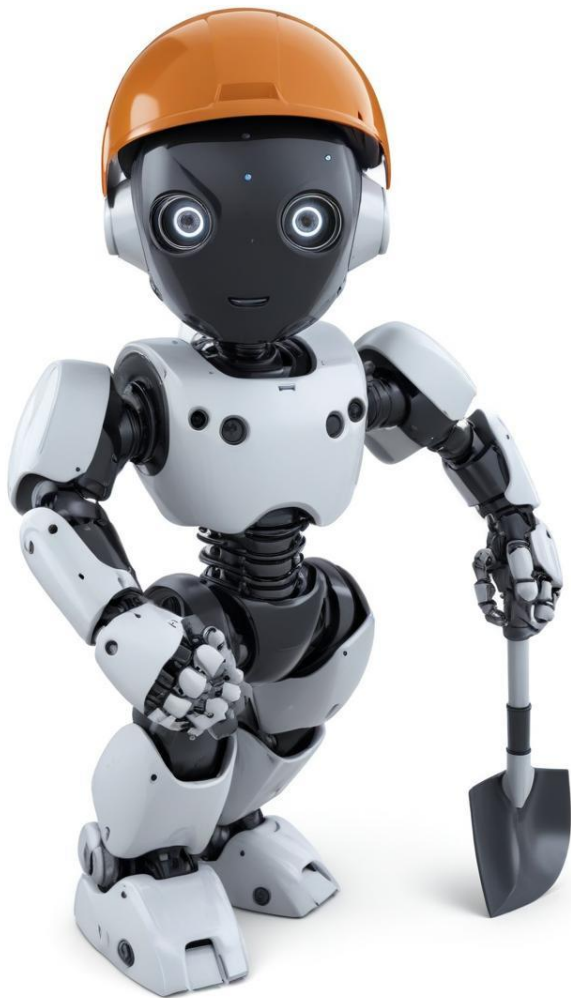
Perfil	Edad	Características	Razones
Atletas	De 20 a 45 años	Participan en deportes de alto impacto. Lesiones deportivas frecuentes.	Suelen requerir tratamientos ortopédicos debido a lesiones deportivas.
Oficinistas	De 25 a 60 años	Largas horas sentados en el trabajo. Problemas de espalda y cuello.	Necesitan tratamientos ortopédicos debido a problemas de postura y ergonomía.
Madres jóvenes	De 25 a 40 años	Cuidado de niños pequeños. Estrés en articulaciones por cargar a los niños.	Pueden necesitar servicios ortopédicos para aliviar el estrés en las articulaciones

Ejemplo: Tienda de juguetes educativos

Perfil	Edad	Características	Razones
Padres de niños pequeños	De 25 a 35 años	Padres primerizos o con uno o dos hijos pequeños.	Buscan juguetes seguros que estimulen el desarrollo motor y cognitivos de sus hijos.
Educadores de nivel preescolar	De 30 a 50 años	Profesores o cuidadores de centros educativos.	Interesados en recursos didácticos que fomenten el aprendizaje lúdico.
Padres eco conscientes	De 30 a 45 años	Padres interesados en productos que sean sostenibles.	Prefieren juguetes ecológicos y respetuosos con el medio ambiente.

Ejemplo: Consultoría en Finanzas Personales

Perfil	Edad	Características	Razones
Emprendedores	De 30 a 50 años	Dueños de pequeñas empresas o freelancers.	Necesitan orientación en la gestión de finanzas, impuestos y flujo de caja.
Personas con deudas	De 25 a 55 años	Personas que enfrentan dificultades económicas.	Buscan soluciones para consolidar deudas y mejorar su situación financiera.
Parejas en proceso de jubilación	De 50 a 65 años	Personas que quieren planificar su estabilidad financiera en la vejez.	Buscan estrategias de ahorro e inversión para asegurar su jubilación y gestionar pensiones.



#HazloConIA

¡Usa este prompt!

“Como experto en investigación de mercados, tu tarea es identificar y describir perfiles de clientes con alto potencial para [tipo de negocio]. Proporciona datos sociodemográficos, comportamientos de compra, necesidades, y motivaciones. Organiza la información en una tabla clara y detallada.”



¡Error!

No te quedes en la superficie,
la verdadera magia ocurre en
los detalles.

Necesitas crear tu buyer persona

Es una representación semi-ficticia, pero detallada de tu **cliente ideal** dentro del público objetivo.



Necesitas crear tu buyer persona

Se crean a través de
investigación y datos sobre
clientes potenciales y
existentes.



Necesitas crear tu buyer persona

El objetivo principal es **comprender mejor a los clientes** y personalizar la experiencia para satisfacer sus necesidades y expectativas.



Importancia de los buyer personas

1

Personalización de productos o servicios

Crea experiencias más satisfactorias de los clientes.

2

Comunicación efectiva

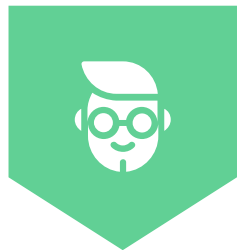
Se adapta el lenguaje, los canales de comunicación y los mensajes.

3

Decisiones informadas

Guía la asignación de recursos y la planificación estratégica.

Tipos de Buyer Persona



Decisor

Toma la decisión final sobre la adquisición de un producto o servicio.



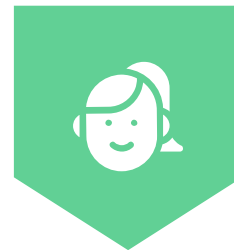
Prescriptor

Es la persona que recomienda la adquisición de un producto o servicio.



Influenciador

Es la persona, cuya opinión (positiva o negativa) influye en la decisión.



Negativo

No tienen intención de adquirir el producto.



2

Creación de perfiles

Qué incluye un perfil cómo
crearlo.

¿Qué información debe incluir el perfil?



**Datos
demográficos**



**Personalidad
e Intereses**



**Objetivos y
motivaciones**



**Puntos de
dolor**



**Preferencias
del producto**



**Fuentes de
información**

¿Quieres una
herramienta útil
para generar tu
buyer persona?

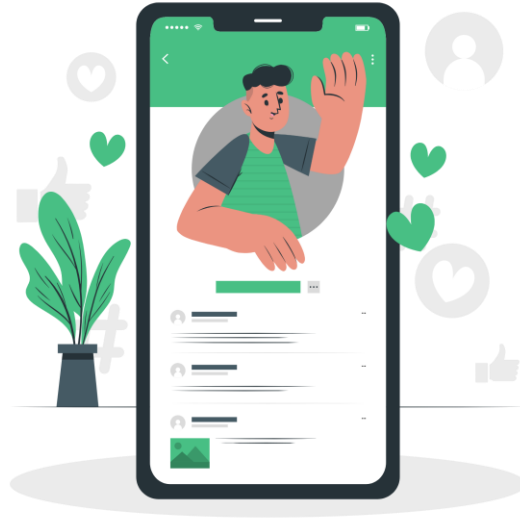
¡Sí, lo quiero!



¿Quieres una
más?

¡A verrrrr!





**¡Veamos algunos
ejemplos!**

Hola, soy Sofía. La oficinista incansable

Soy una mujer de 32 años que vive en Jesús María, Lima, Perú. Mi vida gira en torno a mi trabajo en una oficina, donde paso la mayor parte del día sentada frente a una computadora. Como licenciada en Comunicación, mi trabajo es fundamentalmente sedentario, lo que lamentablemente ha tenido un impacto negativo en mi salud en los últimos años.



Hola, soy Sofía. La oficinista incansable

Siendo sincera, he tenido que lidiar con problemas de espalda y cuello durante un tiempo. Mi rutina diaria ha causado que mi postura empeore, y a menudo sufro de dolores persistentes en la espalda y el cuello. No solo son molestos, sino que también afectan mi rendimiento laboral y mi calidad de vida en general.



Hola, soy Sofía. La oficinista incansable

Un día, después de investigar en Internet sobre ejercicios de estiramiento, postura adecuada y consejos ergonómicos, me di cuenta de que necesitaba ayuda profesional. Fue entonces cuando tomé la decisión de buscar una clínica especializada en ortopedia aquí en Jesús María que pudiera ayudarme a aliviar mis problemas de espalda y cuello.



Hola, soy Sofía. La oficinista incansable

Me preocupan algunas cosas en el proceso. Primero, el tiempo es un recurso escaso para mí debido a mi trabajo de oficina, por lo que preferiría citas después de las horas laborales, idealmente por la tarde. Además, tengo algunas preocupaciones sobre los costos del tratamiento médico y cómo cubrirlos.



Hola, soy Sofía. La oficinista incansable

En mi búsqueda, confío en sitios web de salud reconocidos y en las recomendaciones de mi médico de cabecera, así como en los consejos de salud que puedo encontrar en grupos de salud y bienestar en Facebook. Aunque tengo un conocimiento médico limitado, estoy dispuesta a aprender más sobre cómo mejorar mi salud.



Hola, soy Sofía. La oficinista incansable

Al considerar una clínica ortopédica, valoro mucho la reputación del centro médico y su enfoque especializado en problemas ortopédicos. También me resulta importante que el centro esté convenientemente ubicado y ofrezca comodidades como estacionamiento cercano, horarios flexibles de atención y reservas de citas online.



Hola, soy Sofía. La oficinista incansable

Mis metas de salud son simples pero significativas: quiero recuperar la comodidad y el bienestar en mi trabajo y en mis actividades diarias. Quiero aliviar el dolor de espalda y cuello, mejorar mi postura y aprender a mantener una buena ergonomía en el trabajo. Creo que, al encontrar la clínica ortopédica adecuada, podré alcanzar estos objetivos y mejorar mi calidad de vida.





Hola, soy Elena. La mamá eco consciente

Tengo 32 años, vivo en La Molina y estoy casada con un maravilloso compañero que comparte mis valores. Tenemos dos hijos pequeños, y desde que me convertí en madre, mi vida ha girado en torno a ellos. Trabajo como profesora de educación inicial, lo que me permite estar al tanto de las mejores prácticas para el desarrollo infantil, pero también me ha hecho aún más consciente de la importancia de cuidar el mundo que les dejaremos.



Hola, soy Elena. La mamá eco consciente

Siempre he sido una persona responsable y comprometida con causas que realmente importan.

Me encanta aprender sobre sostenibilidad, la alimentación saludable y la crianza respetuosa. Disfruto participando en talleres sobre cómo podemos vivir de manera más consciente, y cuando tengo tiempo, me dedico al yoga y al mindfulness, prácticas que me ayudan a mantenerme equilibrada.



Hola, soy Elena. La mamá eco consciente

Quando se trata de comprar, especialmente para mis hijos, tengo muy claro lo que busco: juguetes que sean seguros, fabricados con materiales sostenibles y que fomenten su desarrollo integral. La seguridad de mis pequeños es lo más importante, pero no quiero comprometer mis principios para lograrlo. Quiero estar segura de que cada compra que hago no solo es buena para ellos, sino también para el planeta.



Hola, soy Elena. La mamá eco consciente

Mi objetivo es simple: criar a mis hijos en un entorno donde puedan crecer felices, saludables y conscientes de la importancia de cuidar nuestro hogar común, la Tierra. Soy muy exigente con las marcas que elijo, porque quiero ser un ejemplo para mis hijos y mostrarles que es posible vivir de manera responsable sin renunciar a la calidad.



Hola, soy Elena. La mamá eco consciente

Sin embargo, a veces es difícil encontrar productos que realmente cumplan con mis expectativas. Me frustra toparme con juguetes de baja calidad o fabricados con materiales plásticos que no son lo mejor para el medio ambiente. También me molesta que algunas marcas no sean transparentes sobre cómo y dónde se fabrican sus productos. Me he vuelto muy cautelosa y siempre investigo antes de comprar, leyendo reseñas y comparando opciones.



Hola, soy Elena. La mamá eco consciente

Prefiero comprar en tiendas online que ofrecen información detallada sobre sus productos y me permiten elegir opciones de empaque ecológico. Sí, estoy dispuesta a pagar un poco más por productos que se alineen con mis valores, pero también soy práctica y busco promociones que me ayuden a mantener el presupuesto familiar.



Hola, soy Elena. La mamá eco consciente

Las redes sociales, especialmente Instagram, son mi ventana al mundo de la crianza y la sostenibilidad. Sigo a varias influencers y participo en grupos de Facebook donde otros padres comparten sus experiencias. También me encanta leer blogs que me inspiran a ser una mejor madre y a vivir de manera más consciente.



Hola, soy Elena. La mamá eco consciente

Si encuentro una tienda que se alinee con mis valores y que ofrezca productos de calidad, me vuelvo una cliente fiel. Recomendando esa tienda a otras mamás eco-conscientes y la mantengo como mi primera opción para futuras compras. Para mí, ser mamá es un privilegio y una responsabilidad, y estoy decidida a hacer lo mejor para mis hijos y para el mundo que algún día heredarán.



#HazloConIA

¡Usa este prompt!

"Quiero dirigir los esfuerzos de marketing de [tipo de negocio] hacia [nombre del público].

Crea un perfil detallado del buyer persona para este segmento. Incluye un nombre, datos sociodemográficos, personalidad, intereses, necesidades, objetivos, motivaciones, enemigos, puntos de dolor, preferencias de producto y servicio, comportamientos de compra, y las fuentes de información digitales más relevantes. Presenta toda la información en una tabla estructurada y clara."



#HazloConIA

Luego, ¡continúa con este!

"Adopta el rol de storyteller y narra el perfil de [nombre del buyer persona] en primera persona. Captura su voz, personalidad, y experiencia, describiendo sus datos sociodemográficos, intereses, necesidades, motivaciones y los otros datos solicitados anteriormente en un tono auténtico y convincente."

¡Cuidado!

La IA **no** **sustituirá** la investigación que debes realizar por tu cuenta; simplemente proporciona un primer borrador que necesitarás validar con los datos que recopiles.

Pasos para crear un buyer persona



1

Investigación

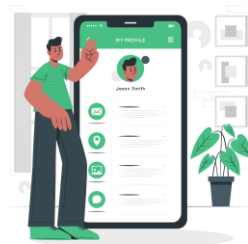
Recopila datos de
actuales y
potenciales clientes



2

Patrones

Identifica necesidades
y problemas
comunes. ¡Sintetiza!

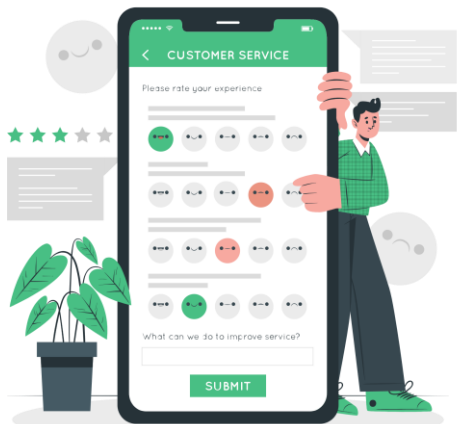


3

Perfil

Elabora un perfil
detallado del
cliente ideal

¿Cómo recopilar datos de mi público?



Encuestas



Entrevistas



Analítica

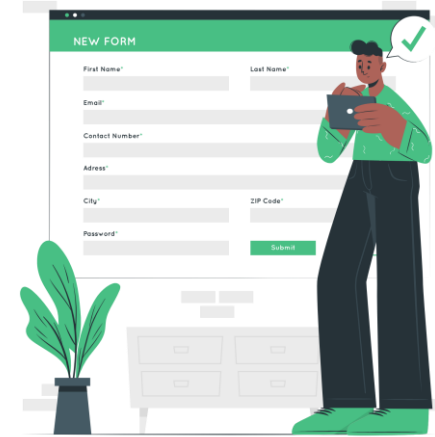
¿Cómo recopilar datos de mi público?



Reseñas



Redes sociales



Formularios



**¡La pregunta del millón!
¿A cuántas personas
debemos entrevistar
para crear nuestro
buyer persona?**

Guía para entrevista

Descárgalo en la lección N° 04 del aula virtual :)

¡Recuerda!

El buyer persona es **dinámico**, por eso debe actualizarse constantemente para reflejar los cambios en comportamientos, necesidades y preferencias del mercado.

3

Mapa de Empatía

Comprendiendo mejor a los usuarios.



¿Qué es un **mapa de empatía**?

Es una **representación visual** que refleja los pensamientos y sentimientos de un cliente. Es un recurso complementario a la creación del buyer persona



¿Qué piensa y siente?

Explora sus preocupaciones, deseos y emociones.

¿Qué escucha?

Identifica influencias externas, como lo que escucha de amigos, colegas o en los medios de comunicación.

¿Qué ve?

Considera el entorno en el que vive, sus experiencias visuales diarias, y qué lo rodea.



¿Qué dice y hace?

Examina cómo se comporta y cómo se expresa en su entorno.

¿Qué le duele?

Identifica sus frustraciones, miedos y obstáculos.

¿Qué espera ganar?

Entiende sus deseos, objetivos y motivaciones.

Ejemplo: Consultoría en Finanzas Personales

Perfil	Edad	Características	Razones
Emprendedores	De 30 a 50 años	Dueños de pequeñas empresas o freelancers.	Necesitan orientación en la gestión de finanzas, impuestos y flujo de caja.
Personas con deudas	De 25 a 55 años	Personas que enfrentan dificultades económicas.	Buscan soluciones para consolidar deudas y mejorar su situación financiera.
Parejas en proceso de jubilación	De 50 a 65 años	Personas que quieren planificar su estabilidad financiera en la vejez.	Buscan estrategias de ahorro e inversión para asegurar su jubilación y gestionar pensiones.

Hola, soy Carlos. El deudor agobiado

¿Qué piensa y siente?

Está constantemente preocupado por sus deudas y cómo las va a pagar, lo que le genera ansiedad y estrés debido a la acumulación de intereses y la presión de los cobradores. Tiene miedo de no poder salir de su situación financiera y que esto afecte su vida personal, lo que lo hace sentirse avergonzado y evitar hablar del tema con amigos o familiares.



Hola, soy Carlos. El deudor agobiado

¿Qué dice y hace?

Habla ocasionalmente sobre su situación con amigos cercanos, pero minimiza la gravedad. Busca en internet soluciones para reducir sus deudas y mejorar su crédito, e intenta hacer presupuestos, aunque se siente desmotivado cuando no puede seguirlos. A veces, busca escapar de la situación ignorando los pagos o gastando en cosas que le brinden un alivio momentáneo.



Hola, soy Carlos. El deudor agobiado

¿Qué escucha?

Recibe llamadas de cobradores, lo que aumenta su estrés, mientras escucha anuncios sobre consolidación de deudas y soluciones financieras en la radio. Oye consejos contradictorios de amigos y familiares sobre cómo manejar sus deudas, y escucha podcasts que ofrecen tips para mejorar su salud financiera.



Hola, soy Carlos. El deudor agobiado

¿Qué ve?

Ve anuncios en redes sociales sobre empresas que prometen eliminar deudas rápidamente, Además, observa los altos saldos en sus tarjetas de crédito y los constantes recordatorios de pago e intereses acumulados que aumentan su preocupación, lo que lo hace sentir inferior al notar que sus amigos y colegas están mejor financieramente.



Hola, soy Carlos. El deudor agobiado

¿Qué le duele?

Sufre por la presión de no poder cumplir con sus obligaciones financieras, sintiéndose atrapado en un ciclo interminable de deudas. La frustración por no encontrar una salida y por los errores financieros del pasado le afecta, y le duele ver cómo sus problemas económicos impactan en su bienestar mental y sus relaciones personales.



Hola, soy Carlos. El deudor agobiado

¿Qué espera ganar?

Desea encontrar una solución clara y efectiva para reducir sus deudas y aliviar su estrés, recuperando así el control de sus finanzas y sintiéndose seguro nuevamente. Busca asesoría confiable con un plan paso a paso para mejorar su situación financiera, con la esperanza de poder ahorrar en el futuro y dejar de preocuparse constantemente por el dinero.





#HazloConIA

¡Usa este prompt!

“Como experto en marketing digital, crea un mapa de empatía detallado para [nombre del buyer persona], que representa a [breve descripción del buyer persona]. Abarca los siguientes aspectos: ¿Qué piensa y siente? ¿Qué escucha? ¿Qué ve? ¿Qué dice y hace? ¿Cuáles son sus principales puntos de dolor? y ¿Qué espera ganar? Captura tanto las emociones como los comportamientos, para obtener una comprensión profunda de sus motivaciones y desafíos.”

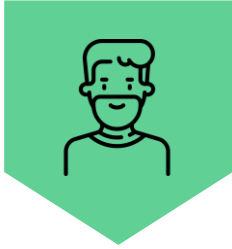
4

El Buyer Journey

Las etapas del recorrido
de compra



Etapas del buyer journey

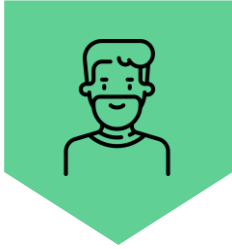


Descubrimiento

Se da cuenta de que tiene un problema o necesidad.

Aún no está buscando activamente una solución específica, sino que está tratando de entender mejor su situación.

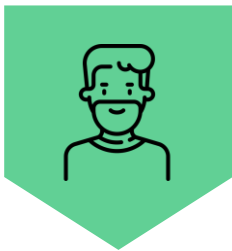
Etapas del buyer journey



Descubrimiento

No puedo manejar mis deudas y estoy muy preocupado por cómo voy a pagarlas. Siento que esta situación me está sobrepasando.

Etapas del buyer journey



Descubrimiento

No puedo manejar mis deudas y estoy muy preocupado por cómo voy a pagarlas. Siento que esta situación me está sobrepasando.



Consideración

Ha definido claramente su problema o necesidad y está buscando soluciones posibles. Investiga diferentes métodos que podrían ayudarlo a resolver su problema.

Etapas del buyer journey



Descubrimiento

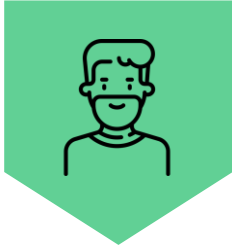
No puedo manejar mis deudas y estoy muy preocupado por cómo voy a pagarlas. Siento que esta situación me está sobrepasando.



Consideración

Mi principal problema es la falta de control sobre mis finanzas, ¿Qué soluciones me podrían ayudar a salir de esta situación? ¿Un curso? ¿Una consultoría?

Etapas del buyer journey



Descubrimiento

No puedo manejar mis deudas y estoy muy preocupado por cómo voy a pagarlas. Siento que esta situación me está sobrepasando.



Consideración

Mi principal problema es la falta de control sobre mis finanzas, ¿Qué soluciones me podrían ayudar a salir de esta situación? ¿Un curso? ¿Una consultoría?



Decisión

El comprador ha decidido qué tipo de solución es la mejor para él y está listo para elegir un proveedor o producto específico.

Etapas del buyer journey



Descubrimiento

No puedo manejar mis deudas y estoy muy preocupado por cómo voy a pagarlas. Siento que esta situación me está sobrepasando.



Consideración

Mi principal problema es la falta de control sobre mis finanzas, ¿Qué soluciones me podrían ayudar a salir de esta situación? ¿Un curso? ¿Una consultoría?



Decisión

Lo más adecuado para mí es buscar una consultoría financiera personalizada. ¿Qué empresa sería la mejor opción para ofrecerme el apoyo que realmente necesito?

¡Veamos un ejemplo!

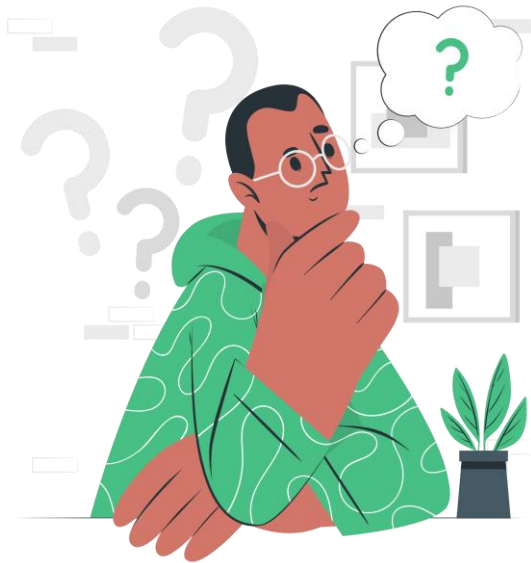
Descárgalo en la lección N° 04 del aula virtual :)



#HazloConIA

¡Usa este prompt!

“Como experto en marketing digital, desarrolla un Buyer Journey para [nombre del buyer persona] que representa a [breve descripción del buyer persona, incluyendo datos demográficos, necesidades y objetivos]. Define cada una de las etapas del Buyer Journey: Descubrimiento, Consideración y Decisión. Para cada fase, elabora una estrategia de contenidos que incluya los tipos de contenidos más efectivos, los canales de distribución recomendados, y proporciona ejemplos específicos de títulos o temas de contenido que resuenen con este buyer persona en cada etapa. Muestra la información en una tabla”



**¡Ahora te toca
a ti!**

Gracias!

¿Tienes alguna pregunta?
renzoreynoso@gmail.com
ipm.com.pe

