

# CONOCIENDO A TU CLIENTE IDEAL

## 1. Crea tu arquetipo de cliente

- Nombre del cliente: Luis Peralta.
- Edad y género: 32, masculino.
- Situación personal: (estado civil, familia, lugar donde vive...) Soltero, bisexual, huérfano pero tiene un gato y vive en el barrio Malasaña.
- Ocupación e ingresos aproximados: Fotógrafo, 40.000€.
- Nivel educativo: Licenciado en audiovisuales.
- Personalidad: (valores, intereses, estilo de vida...) Concienciado con el planeta y en generar una comunidad. Es un cinéfilo nato, las películas evocan un sentimiento de añoranza de su niñez. Preocupado con los problemas de las minorías y estilo de vida saludable.
- Hábitos de consumo: (qué compra, dónde, con qué frecuencia, en qué se fija...) Compra en supermercados ecológicos, semanalmente y se fija mucho en el origen de los productos.
- Necesidades o problemas que tu empresa puede resolverle: Crearle un orden y un lugar para llevar un seguimiento de las películas que termina y como le hicieron sentir.
- Motivaciones de compra: (por qué te elegiría a ti) Porque hacemos recomendaciones sostenibles mas que probadas.

## 2. Ponte en su lugar (minimapa de empatía)

### ***1. ¿Qué piensa y siente tu cliente? (Qué le preocupa, qué necesita, qué desea conseguir.)***

Le preocupa la emergencia climática y las injusticias sociales, necesita un espacio para dar visibilidad a esta problemática ya que su mayor anhelo es crear un legado para las generaciones venideras.

### ***2. ¿Qué ve en su entorno? (Que hacen sus amigos, qué ve en redes o en el mercado.)***

Desarrollado por: Franco Benavides, Alberto Llera y Rafael Cosquillo 2DAW

En las redes observa un claro auge de la extrema derecha, gente poco concienciada con los problemas reales del mundo y por ello quiere espacios para que se pueda hablar de forma más libre de los diferentes problemas que nos afectan como son: el racismo, la homofobia y el negacionismo climático. Sus amigos también son personas concienciados con los mismos problemas.

### ***3. ¿Qué oye? (Qué le dicen otros, qué comentarios o consejos recibe.)***

Escucha a sus amigos animarle a seguir compartiendo su visión y crear espacios más inclusivos. También oye críticas de personas menos concienciadas, lo que refuerza su necesidad de expresarse y generar cambio.

### ***4. ¿Qué dice y hace? (Cómo actúa o qué expresa cuando tiene ese problema o necesidad.)***

Habla abiertamente en redes sociales y en reuniones con amigos, recomendando películas que transmitan mensajes sociales. Actúa de forma coherente con sus valores, buscando siempre inspirar a otros.

### ***5. ¿Cuáles son sus "dolores"? (Qué le molesta, frustra o impide lograr lo que quiere.)***

Le frustra sentir que su voz no llega a suficiente gente. También le molesta la falta de herramientas organizadas para compartir sus ideas y proyectos con impacto real.

### ***6. ¿Qué "ganancias" espera? (Qué mejorará en su vida si usa tu producto o servicio.)***

Podrá ordenar mejor sus ideas, llegar a más personas afines y crear un espacio digital significativo para inspirar y concienciar a otros sobre los problemas que le importan.

## **3. Conclusión**

### ***• Qué has aprendido sobre tu cliente ideal.***

Es una persona muy preocupada con los cambios negativos que están ocurriendo en el mundo y que está dispuesto a poner su pequeño granito de arena.

### ***• Qué aspectos cambiarías o mejorarías en tu producto o servicio después de haberlo analizado.***

Añadiría una sección tipo blog para concienciar a los usuarios de la web acerca de las diferentes problemáticas antes expuestas y además, dar visibilidad al colectivo LGTBIQ+.