

NeuroAcelerAcción

De Resultados y Bienestar.



Bogotá
COLOMBIA

Querétaro
MÉXICO

Ayacucho
PERÚ

Quito
ECUADOR

Buenos Aires
ARGENTINA

Manizales
COLOMBIA



4

Cliente Ideal, Avatar o Buyer Persona



CREINMUS
Más allá de las Ideas



En el caso de esta guía te invitamos a explorar a profundidad ¿quién es tu Cliente Ideal, Avatar o Buyer Persona?, ¿qué características tiene? ¿Qué hace? ¿Qué le gusta? ¿Qué lo apasiona? ¿Qué valora? ¿Cuál es el miedo, dolor, problema o anhelo que requiere solucionar? y tú tienes la respuesta idónea para ello, en una relación beneficio - costo. Es común ver a personas o empresas que tratan de venderle a todo mundo, y debido a ello su competencia y precios, los colocan en situaciones difíciles de manejar. El tener claro el cliente, nos permite, enfocarnos en ellos, para atraerlos, educarlos, nutrirlos y convertirlos en clientes y clientes recurrentes, porque les entregamos una transformación, que nos permite el desarrollo de relaciones comerciales de largo aliento, en una dinámica, Ganar – Ganar.

1. ¿Reflexiona un poco y piensa cuál es ese gran problema que con tu talento, capacidades y experiencia puedes resolver de una forma eficiente y eficaz? _____

2. ¿Con qué tipo de clientes has trabajado en el pasado, que fue sencillo atraerlos, descríbelos y cuáles son sus nombres? _____

3. ¿Profundiza un poco más en describir las características de los clientes con los que trabajaste en el pasado, que fue sencillo atraer, y que además, disfrutaste muchísimo trabajar con ellos? _____



4. ¿Recuerdas que poder adquisitivo tenían, y como estas en la posibilidad de escoger, que poder adquisitivo deben tener los clientes con los que deseas trabajar? _____

5. ¿Qué tienen en común los clientes que has ido enumerando y con los que te gusta trabajar? Piensa en todas las cosas que puedan relacionarlos: lugar geográfico, género, estado civil, nivel de ingresos, o educativo _____

6. Y de una forma un poco más cercana, ¿Qué miedos, anhelos, deseos, gustos, literatura o referentes, identificas en ellos?

7. ¿Qué tipo de problema o problemas comunes identificas en ellos, que crees que los puede desvelar toda la noche o qué tipo de cosas les generan insatisfacción recurrentemente? _____



8. ¿Identificas alguna empresa o profesional que esté preocupado por dar respuesta a ese problema, insatisfacción o factor que desvela a estas personas, y que están haciendo? _____

Ten presente:

1. Si tú no conoces bien a tu cliente, estas disparando al aire sin saber a qué le puedes atinar.
2. Siempre detrás de cada negocio, conversación o historia, hay un ser humano.
3. El 85% de las decisiones de las personas, las toman de forma emocional e instintiva.
4. Estar buscando reducir su dolor, su esfuerzo, de la forma más placentera posible.

Es importante que realices esta actividad, respondiendo honestamente a cada pregunta, para poder tomar consciencia de ¿cómo estas actuando?, ¿la forma en que lo haces? y ¿los resultados que generas? Te invitamos a que compartas lo que encuentras de valor, para generar nuevos aprendizajes para ti y otros integrantes de la comunidad. Esperamos que esta actividad sea de utilidad para ti, y nos encontramos en el próximo ejercicio.

