

**Semana de Ventas Inbound**

# **Humanizando a nuestros clientes con el Buyer Persona**

**Kennedy Monzón,**  
Inbound Marketer

Organizado por:





Tu comprador está  
utilizando el internet  
para investigar tu  
empresa.

¿Tú estás utilizando el internet  
para investigar a tus clientes  
potenciales?

Inbound es acerca de  
entregar una experiencia  
**útil, humana y holística**

El primer paso para una Estrategia de Ventas Inbound es

**Entender la manera en que tu cliente compra tu café o chocolate.**



Y LA PRIMERA HERRAMIENTA QUE UTILIZARÁS PARA ENTENDER A TUS CLIENTES SERÁ

# EL BUYER PERSONA



# ¿QUÉ ES UN BUYER PERSONA?



# ¿QUÉ SON LOS BUYER PERSONAS?

Son representaciones semi-ficticias de tu cliente ideal.

Se construyen a partir de información obtenida por todas las personas que interactúan directa o indirectamente con el comprador o los clientes.

**Y, ¿POR QUÉ  
SON TAN  
IMPORTANTES?**

**Alinea a tu equipo  
de marketing y  
ventas**

**Identifica al cliente y  
sus motivos de  
compra**

**14% mayor tasa de  
apertura de correos**

**51% mayor de tráfico  
orgánico**

No es lo mismo vender **“café pasado”**, que vender **“café orgánico de las tierras cálidas de Pucallpa”**, que vender **“café que energiza tus mañanas y te da la suficiente energía para atender a tus nuevos clientes”**.

**¿CÓMO  
CONSTRUYO UN  
BUYER PERSONA?**



# LA INFORMACIÓN QUE NECESITARÁS

**Información  
demográfica**

**Motivaciones y  
desafíos**

**Comportamiento  
de compra**

**Estilo de vida**

# ¿CÓMO CONSTRUYO UN BUYER PERSONA?

## Utilizando un generador de buyer personas

[Creador de Buyer Personas de  
HubSpot](#)

[https://www.hubspot.es/make-my-  
persona](https://www.hubspot.es/make-my-persona)

## Creando tu propia plantilla de buyer persona

[Descarga la plantilla de la  
Escuela de CoopMarketing](#)

[www.ncbaclusaperu.com](http://www.ncbaclusaperu.com)

## EJEMPLO:

# PABLO INTERCAMBIO DE REGALO



Pablo tiene 26 años, soltero y recién egresado. Lleva trabajando más de 1 año en ventas directas para una empresa de telefonía.

Ricardo es alguien que valora la confianza, y ganando la de sus clientes y sus colegas ha podido posicionarse como alguien a quien que le importa su equipo y supera sus objetivos comerciales.

Ha llegado noviembre y empezaron a organizarse intercambios de regalo pre-navidad. Como es común en Ricardo, **buscará dar algo único y sorprender** a su amigo secreto asignado.

# **HERRAMIENTAS Y TÉCNICAS PARA REFORZAR TU BUYER PERSONA**

## Mapa de la empatía

### ¿QUÉ PIENSA Y SIENTE?



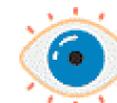
Lo que realmente importa  
Principales preocupaciones  
Inquietudes y aspiraciones

### ¿QUÉ OYE?



Lo que dicen sus amigos  
Lo que dice su jefe  
Lo que dicen las personas influyentes

### ¿QUÉ VE?



En su entorno  
En sus amigos  
En el mercado

### ¿QUÉ DICE Y HACE?



Actitud en público  
Aspecto  
Comportamiento hacia los clientes

### ESFUERZOS

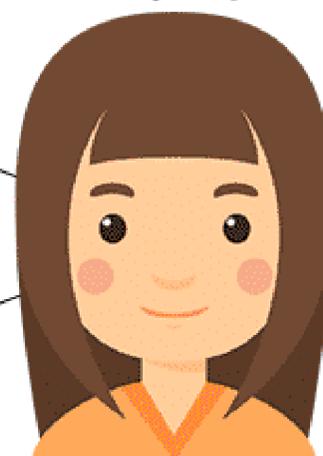


Miedos  
Frustraciones  
Obstáculos

### RESULTADOS



Deseos/necesidades  
Medida del éxito  
Obstáculos



# Lienzo de la propuesta de valor

## LIENZO DE PROPUESTA DE VALOR



El Lienzo de la propuesta de valor es una creación de Alex Osterwalder, adaptada en esta plantilla por Design Thinking España.

# HERRAMIENTAS Y TÉCNICAS PARA REFORZAR TU BUYER PERSONA

**Entrevistas  
personales**

**Encuestas**

**Tareas por realizar  
(Jobs to be done)**

**Un día en la vida**

**Mapa de la  
empatía**

**Lienzo de la  
propuesta de  
valor**

MAÑANA DESCUBRIREMOS CÓMO  
VENDERLE EL CAFÉ Y EL CHOCOLATE A  
ESTOS BUYER PERSONAS

**DESDE 4 PERSPECTIVAS  
DISTINTAS.**

CON LA M.E.C.

# GRACIAS.

¿Con dudas?

¡Conversemos un poco!

Kennedy Monzon

Inbound Marketer

kennedy.monzon@gmail.com,

hola@arkeywave.com

+51 923 498 573