

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

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.

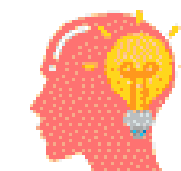
Ricardo es alguien que valora la confianza, y ganando la de sus clientes y sus colegas ha podido posicionarse como alguien a quien que le importa su equipo y supera sus objetivos comerciales.

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?



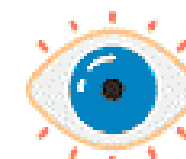
Lo que realmente importa
Principales preocupaciones
Inquietudes y aspiraciones

¿QUÉ OYE?



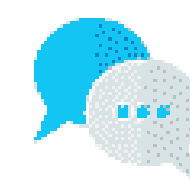
Lo que dicen sus amigos
Lo que dice su jefe
Lo que dicen las personas influyentes

¿QUÉ VE?



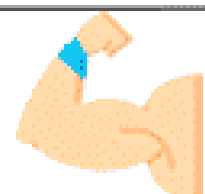
En su entorno
En sus amigos
En el mercado

¿QUÉ DICE Y HACE?



Actitud en público
Aspecto
Comportamiento hacia los clientes

ESFUERZOS

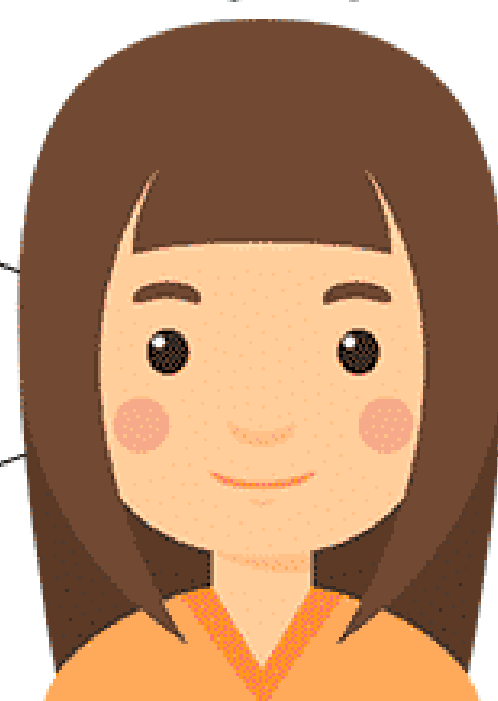


Miedos
Frustraciones
Obstáculos

RESULTADOS

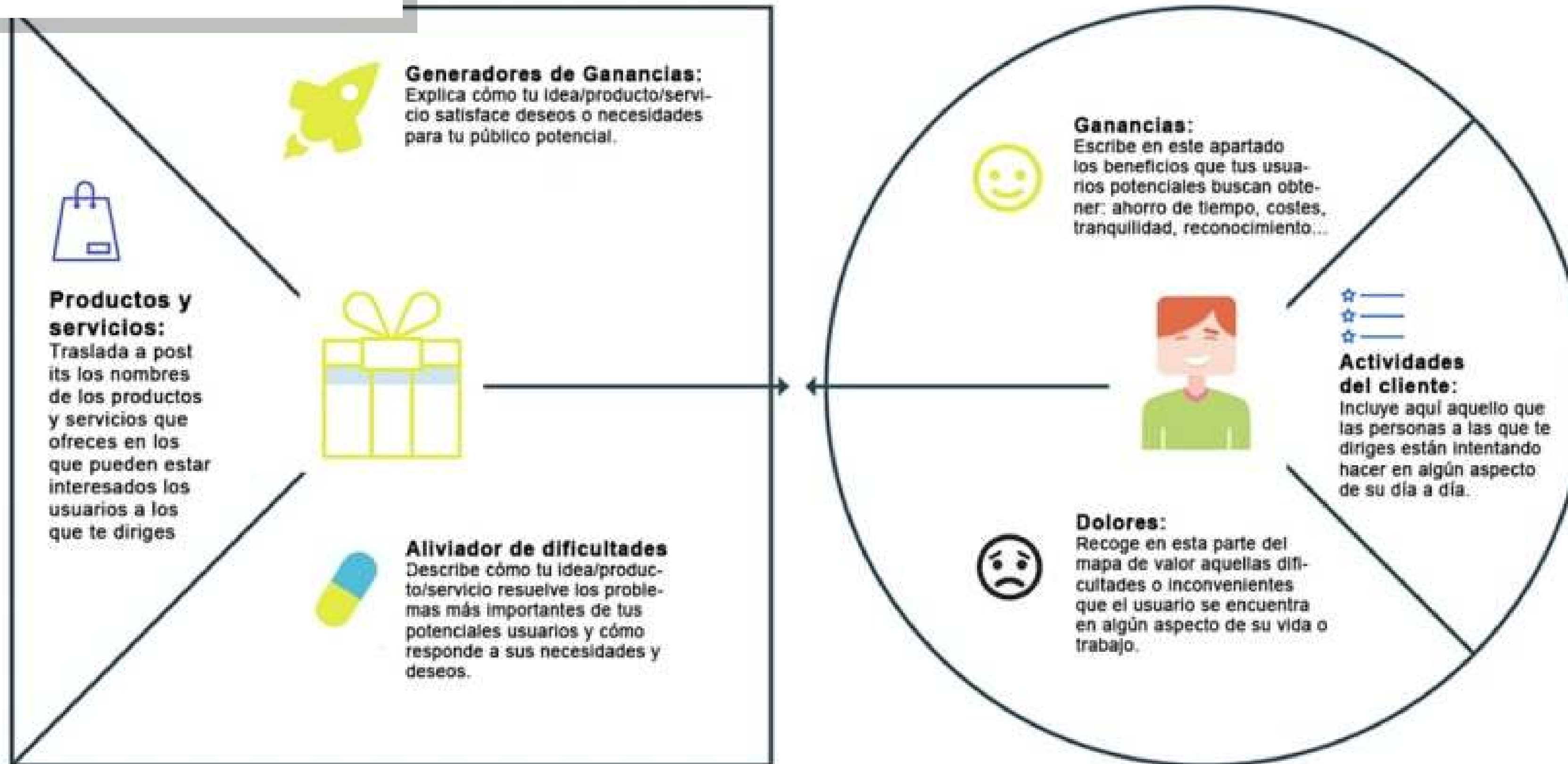


Deseos/necesidades
Medida del éxito
Obstáculos



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