

Perfil de tu comprador ideal

Instrucciones de uso:

- Escribe en verde tu respuesta cada vez que leas esto: **Escribe aquí tu respuesta**
- Si estás en Drive, haz una copia de este documento en Tu Unidad.
- Si lo estás viendo en PDF, [haz clic aquí para acceder a este documento en Google Docx.](#)
- Puedes [ver este video](#) donde te explico cómo ejecutar cualquiera de las dos opciones.

Este documento contiene una serie de preguntas destinadas a ayudarte a definir el perfil de tu comprador ideal. Es importante que respondas pensando en una persona concreta. Si ya has tenido clientes, piensa en tu mejor cliente, ese que siempre te compra, interactúa con tu contenido y está comprometido con su transformación. Si aún no tienes clientes, piensa en tu mejor seguidor, ese que siempre interactúa con tu contenido y se ha mostrado interesado en adquirir alguno de tus productos o servicios.

Este ejercicio está dividido en tres dimensiones: tú, tu cliente y tu industria. Son tres niveles que consideramos clave para encontrar tu elemento diferenciador y conectar con los clientes que naciste para servir.

¡Sin más, comencemos!

1° dimensión: Tú

1. ¿Tienes una historia personal ligada a las soluciones que ofreces o a tu emprendimiento?
Escribe aquí tu respuesta
2. ¿Has estado en la situación en la que está actualmente tu cliente?
Escribe aquí tu respuesta

3. ¿Cuáles eran tus mayores miedos, frustraciones y preocupaciones cuando estabas en esa situación?

Escribe aquí tu respuesta

4. ¿Qué te motivó a trascender esa situación?

Escribe aquí tu respuesta

5. ¿Cómo afrontaste y resolviste esa situación?

Escribe aquí tu respuesta

6. ¿Cómo te sentiste después de trascender esa situación?

Escribe aquí tu respuesta

7. ¿Qué dolor o problema específico ayudarás a tu cliente a sanar o solucionar?

Escribe aquí tu respuesta

8. ¿Qué alcanzará o habrá logrado tu cliente al finalizar su mentoría contigo o tu curso online?

Escribe aquí tu respuesta

9. ¿Hay alguna herramienta o metodología específica que utilices, que sea diferenciadora? Puede ser una combinación de las herramientas que dominas o un método que hayas desarrollado partiendo del uso de dichas herramientas.

Escribe aquí tu respuesta

2° dimensión: Tu cliente

10. ¿Cuál es el nombre y apellido de tu cliente ideal? El apellido de tu cliente ideal será una palabra que resuma su profesión u oficio. Su nombre comenzará con la misma letra de su apellido, para facilitarte recordarlo.

Escribe aquí tu respuesta

11. ¿Cuál es su situación personal? (casado, soltero, divorciado, etc.)

Escribe aquí tu respuesta

12. ¿Dónde vive? (Ciudad, país, zona)

Escribe aquí tu respuesta

13. ¿Con quién vive?

Escribe aquí tu respuesta

14. ¿Tiene hijos? ¿Cuántos? Indica sus edades.

Escribe aquí tu respuesta

15. ¿Qué género es tu cliente ideal?

Escribe aquí tu respuesta

16. ¿Qué edad tiene?

Escribe aquí tu respuesta

17. ¿Qué idioma(s) habla?

Escribe aquí tu respuesta

18. ¿Cuál es la posición profesional de tu cliente? (empleado, emprendedor, desempleado, estudiante, etc.)

Escribe aquí tu respuesta

19. ¿Cuál es su profesión u oficio?

Escribe aquí tu respuesta

20. ¿Cuánto tiempo tiene de experiencia ejerciendo su profesión u oficio?

Escribe aquí tu respuesta

21. ¿Qué tipo de comida consume?

Escribe aquí tu respuesta

22. ¿Es una persona físicamente activa? ¿Qué tipo de ejercicios o actividad física practica?

Escribe aquí tu respuesta

23. ¿Cuál es su situación económica?

Escribe aquí tu respuesta

24. ¿Cuánto son sus ingresos anualmente?

Escribe aquí tu respuesta

25. ¿Es tu cliente ideal quien toma la decisión de compra? Es decir, si está interesado en tu mentoría o curso online, ¿es tu cliente quien tiene el poder de decidir hacerlo, pagar y ejecutar lo aprendido?

Escribe aquí tu respuesta

26. ¿Qué tipo de cliente NO quieres para tu negocio?

Escribe aquí tu respuesta

27. Menciona 3 metas personales que tiene tu cliente ideal.

Escribe aquí tu respuesta

28. Menciona 3 metas profesionales que tiene tu cliente ideal.

Escribe aquí tu respuesta

29. ¿Cuál es su canal de comunicación predominante? (kinestésico, auditivo, visual).

Escribe aquí tu respuesta

30. ¿Qué está dispuesto a hacer para obtener lo que quiere?

Escribe aquí tu respuesta

31. ¿Cuáles son sus hábitos y costumbres?

Escribe aquí tu respuesta

32. ¿Cuáles son sus 3 valores más importantes?

1) Escribe aquí tu respuesta

2) Escribe aquí tu respuesta

3) Escribe aquí tu respuesta

33. ¿Cómo se relaciona con otros a nivel personal?

Escribe aquí tu respuesta

34. ¿Cómo se relaciona con otros a nivel profesional?

Escribe aquí tu respuesta

35. ¿Qué tipo de contenido consume en internet?

Escribe aquí tu respuesta

36. ¿En qué formato prefiere consumir contenido? (video, audio, artículos, etc.)

Escribe aquí tu respuesta

37. ¿Qué frase le fascina a tu cliente ideal? (Puede ser propia o de otro autor).

Escribe aquí tu respuesta

38. ¿Cuáles son sus deseos, sueños y anhelos?

Escribe aquí tu respuesta

39. ¿Cuáles son sus principales miedos, frustraciones y preocupaciones?

Escribe aquí tu respuesta

40. ¿Cuáles son los retos a los que se enfrenta a diario?

Escribe aquí tu respuesta

41. ¿Qué siente cuando piensa en sus problemas o preocupaciones?

Escribe aquí tu respuesta

42. ¿Qué frases dice cuando piensa en ellos?

Escribe aquí tu respuesta

43. Menciona 10 creencias limitantes que tu cliente ideal tiene sobre sí mismo.

Escribe aquí tu respuesta

44. ¿Qué es lo más importante para tu cliente ideal?

Escribe aquí tu respuesta

45. ¿Qué lo hace sentirse importante?

Escribe aquí tu respuesta

46. Identifica en 10 palabras cómo se siente tu cliente antes de tu intervención (incluye al menos 3 palabras que describan las sensaciones físicas que experimenta en esta situación).

Escribe aquí tu respuesta

47. Identifica en 10 palabras cómo se siente tu cliente después de tu intervención (incluye al menos 3 palabras que describan las sensaciones físicas que experimenta en esta situación).

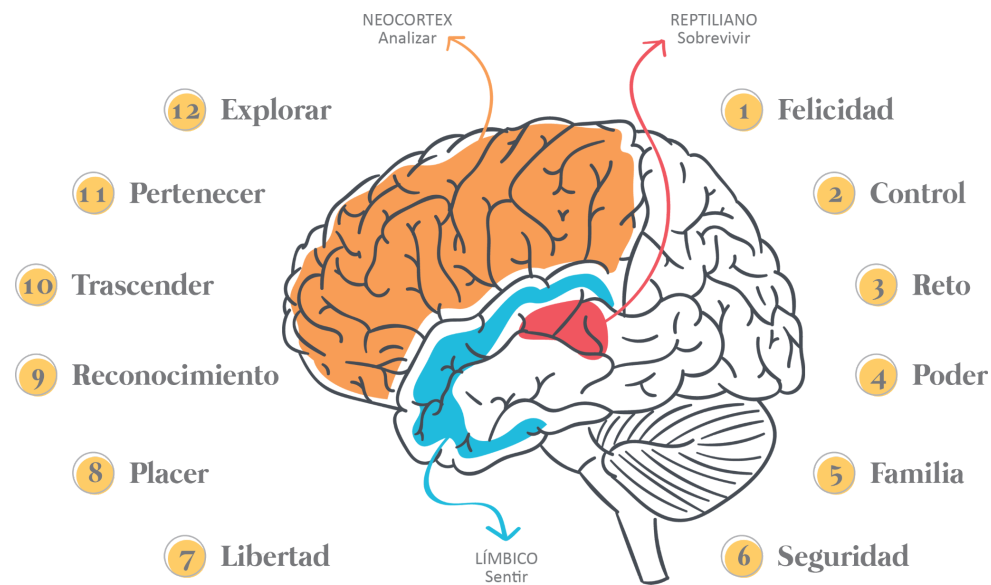
Escribe aquí tu respuesta

48. En un lenguaje puntual y sencillo, responde ¿qué desea tu cliente? (Ejemplo: mi cliente desea una guía clara y estructurada para saber cómo escalar su

negocio digital y vender más, porque sabe que su conocimiento y experiencia le permiten generar grandes transformaciones en otras personas y quiere que su proyecto online financie su propósito de vida).

Escribe aquí tu respuesta

49. Selecciona 3 palabras, de las 12 que verás en el siguiente gráfico. Éstas representan las principales necesidades profundas que impulsan las decisiones de compra de tu cliente ideal. Para facilitar tu elección, pregúntate ¿qué es lo más importante para tu cliente, en términos de estas 12 necesidades?



1. Necesidad 1
2. Necesidad 2
3. Necesidad 3

50. ¿Con qué nivel de intensidad tu cliente ideal necesita resolver su problema?

TIPOS DE NECESIDADES		
Necesidad primaria	Incomodidad	Ideología
Es una necesidad	Es la necesidad de	Es la necesidad

urgente e importante. Tu cliente tiene disponibilidad y disposición inmediata para obtener su resultado deseado.	optimizar o agregar valor a algo que ya funciona. Su disponibilidad a obtener el resultado deseado es menos intensa.	profunda de pertenecer y generar un cambio impactante en el mundo.
---	--	--

La necesidad de tu cliente ideal es:

Escribe aquí tu respuesta

51. ¿Tu cliente es novato, amateur o avanzado en tu área de especialidad?

Escribe aquí tu respuesta

52. Ubica a tu cliente en la pirámide de necesidades de Maslow. La idea acá es guiarte en la forma de dirigir tu comunicación a tu cliente, según la etapa vital en la que se encuentre y la necesidad principal que tenga. Te recomendamos elegir solo 1 de los niveles.

Tu cliente siente la necesidad de: Escribe aquí tu respuesta



3° dimensión: Tu industria

53. Menciona las mentorías o cursos online que tienes vigentes en este momento.

Escribe aquí tu respuesta

54. Menciona 3 ventajas que tus mentorías y cursos online tienen sobre los de tu competencia.

- Escribe aquí tu respuesta
- Escribe aquí tu respuesta
- Escribe aquí tu respuesta

55. Menciona 3 desventajas que tus mentorías y cursos online tienen sobre los de tu competencia.

- Escribe aquí tu respuesta
- Escribe aquí tu respuesta
- Escribe aquí tu respuesta

56. ¿Qué valor diferenciador tienen tus mentorías y cursos online sobre los similares que están disponibles en el mercado? (El precio nunca debe ser tu valor diferenciador).

Escribe aquí tu respuesta

57. ¿Por qué tus potenciales clientes elegirían tus mentorías y cursos online en lugar de los de tu competencia?

Escribe aquí tu respuesta

58. Menciona 3 libros, películas o series que le encanten a tu cliente ideal.

Escribe aquí tu respuesta

59. Menciona 3 personas/marcas que son referentes en tu industria para tu cliente ideal.

Escribe aquí tu respuesta

60. Menciona 3 personas/marcas que son referentes en tu industria para ti.

Escribe aquí tu respuesta

61. Menciona 3 personas/marcas que consideres tu competencia. Es importante que elijas personas/marcas que estén en una etapa y nivel similar al que tú estás actualmente. Si piensas en algún referente a quien admires y en quien quieres verte reflejado en el futuro, pero que en este momento está muy lejos de tu rango de alcance, es probable que esta persona/marca no sea tu competencia aún.

Escribe aquí tu respuesta

62. ¿Qué admiras de cada uno de las personas/marcas que mencionaste anteriormente?

Escribe aquí tu respuesta

63. Menciona 1 curso online que tiene vigente cada uno de estos 3 competidores.

Escribe aquí tu respuesta

64. ¿Qué precio tienen estos cursos online?

Escribe aquí tu respuesta

65. ¿Qué temática le hace falta abordar a estas personas/marcas en sus cursos?

Escribe aquí tu respuesta

Gracias por haber llenado el formulario del perfil de tu cliente ideal.

¡Vamos por el siguiente paso!... validar este perfil con al menos 30 personas. En la siguiente lección te compartiré el guión de preguntas a realizar a esas personas y el criterio para seleccionarlás.