

Actividad complementaria 1 - Unidad 2

Título:	Conociendo a tu cliente digital
Objetivo	Identificar y analizar el comportamiento del cliente ideal para tu servicio de consultoría, utilizando herramientas centradas en el usuario: Buyer Persona, Mapa de Empatía Digital y su relación como Cliente Consultante.

Instrucciones:

1. Crea un perfil de tu cliente ideal (Buyer Persona) con base en sus características reales, intereses y hábitos digitales. Puedes guiarte del ejemplo (tienda en línea de vestidos de novia)
2. Elabora un Mapa de Empatía Digital que te ayude a visualizar a tu cliente desde una perspectiva emocional, conductual y social. Puedes guiarte del ejemplo (tienda en línea de vestidos de novia).
3. Consulta el ejemplo guía y siguientes videos como apoyo para construir tu perfil:
 - Buyer Persona la clave en toda estrategia digital
<https://www.youtube.com/watch?v=Kj7sMsNa-yQ>
 - Mapa de empatía y Ejemplos
<https://www.youtube.com/watch?v=oeMhgrz9INc>
 - Mapa de empatía
<https://www.youtube.com/watch?v=Yh9CchcFddo>
4. Desarrolla el vínculo entre tu cliente ideal como consultante de lo que ofrece tu empresa o emprendimiento, a través de los roles clave involucrados y el contexto de su situación (primer contacto).
5. Desarrolla el enunciado de Situación actual ☒ Resultado esperado, que sintetice la necesidad de consultoría de tu cliente ideal.

1. Tabla 1. Buyer Persona / Cliente ideal

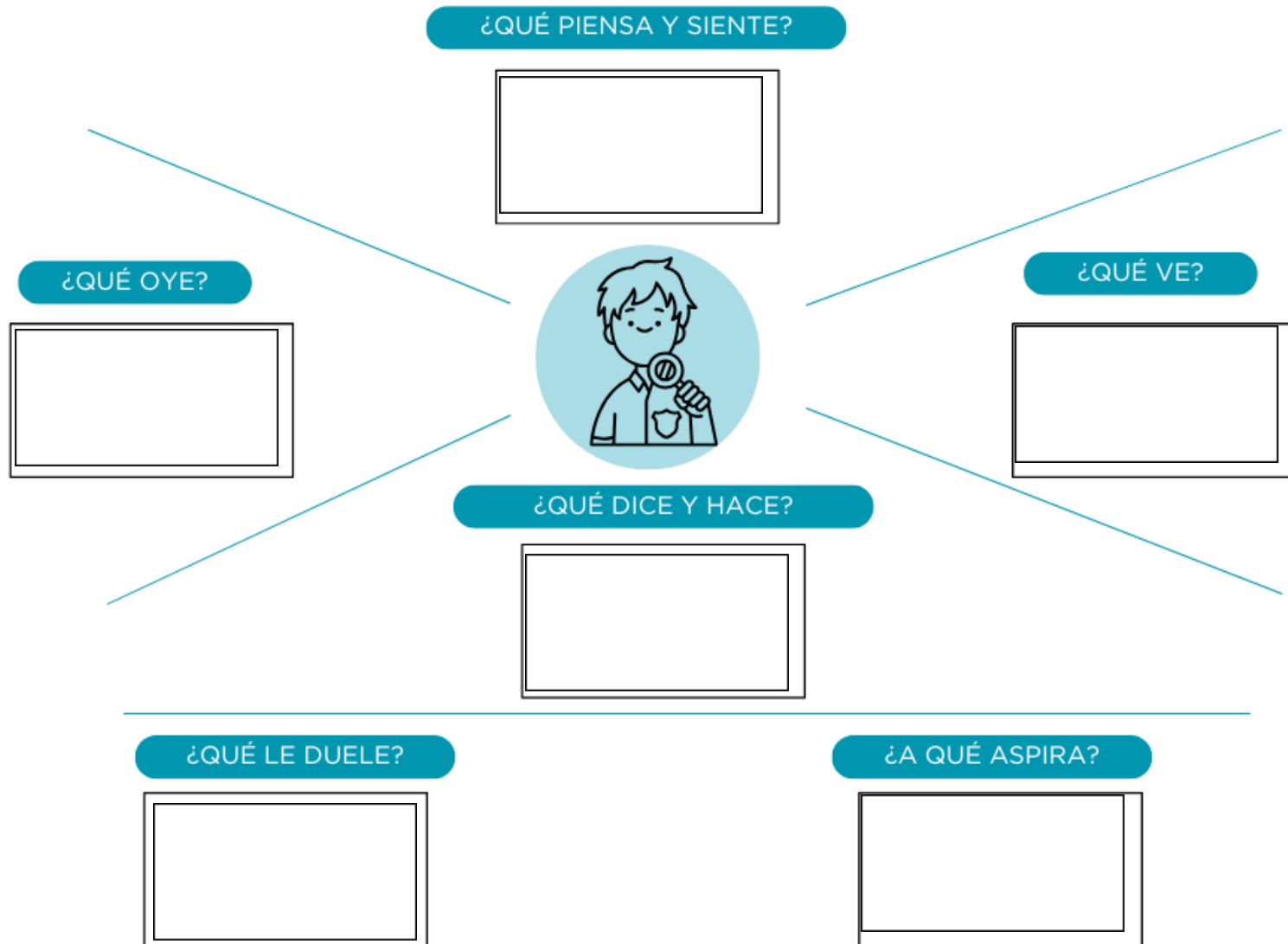
Descripción	Ejemplo Guía – Tienda en línea de vestidos de novia	Tu propuesta
Nombre (ficticio)	Valeria Román	
Edad (rango de edad)	28 a 34 años	
Ocupación	Ejecutiva de cuenta en agencia de publicidad	
Hábitos digitales	Usa Instagram y Pinterest para inspirarse, compra en línea, consulta reseñas de marcas en TikTok y YouTube.	
Objetivos o motivaciones principales	Quiere encontrar el vestido perfecto que represente su estilo, sin gastar demasiado ni visitar muchas tiendas físicas.	

2. Tabla 2. Mapa de Empatía Digital

Descripción	Ejemplo Guía – Tienda en línea de vestidos de novia	Tu propuesta
¿Qué piensa y siente? <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué le preocupa? • ¿Qué le emociona? • ¿Qué valora? 	Le preocupa no encontrar un vestido que le quede bien sin probarlo. Le emociona verse espectacular ese día. Valora la atención al cliente y la facilidad de devolución.	
¿Qué ve? <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué tipo de contenido, 	Ve videos de novias reales en TikTok, looks de Pinterest y campañas de marcas como	

Descripción	Ejemplo Guía – Tienda en línea de vestidos de novia	Tu propuesta
<p>publicidad o marcas ve a diario?</p>	<p>Pronovias, Rosa Clará y diseñadores locales.</p>	
<p>¿Qué dice y hace?</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué publica o comenta en redes? • ¿Cómo actúa como consumidor? 	<p>Comparte inspiración de bodas en sus historias. Comenta sobre sus dudas en grupos de Facebook para novias. Busca opciones con opiniones positivas.</p>	
<p>¿Qué oye?</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué le dicen personas que la influncian: amigos, familia, medios? 	<p>Su mamá y amigas opinan sobre cada opción. Escucha podcasts de organización de bodas. Sigue influencers que comparten experiencias positivas de compra en línea.</p>	
<p>¿Qué esfuerzos enfrenta?</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué obstáculos encuentra al comprar o decidir? ¿Qué le duele? 	<p>No sabe si el vestido le quedará. Duda si el envío llegará a tiempo. Le cuesta elegir entre tantas opciones.</p>	
<p>¿Qué resultados espera?</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué desea obtener con su compra o experiencia? ¿A qué aspira? 	<p>Quiere sentirse segura, ahorrar tiempo y tener una experiencia sin estrés. Espera atención personalizada y guía durante el proceso.</p>	

Mapa de *Empatía*



3. Cliente consultante y roles clave.

Descripción	Ejemplo Guía – Novia como cliente de consultoría	Tu propuesta
Tipo de cliente ¿Trabajarás con una empresa o con una persona?	Persona. Novia que busca asesoría para elegir vestido y organizar su compra.	
Rol/Decisor (quien aprueba) ¿Quién toma la decisión final y autoriza el presupuesto?	La novia. Define presupuesto y elección final.	
Patrocinador (quien impulsa) ¿Quién apoya activamente el proceso y facilita la colaboración?	Mamá/pareja/dama de honor principal que acompaña y apoya la decisión.	
Usuarios/Áreas impactadas ¿Quién recibe el cambio o se ve afectado por la decisión?	La novia (uso del vestido), damas (coordinación), taller de costura (ajustes) y entrega del vestido.	

4. Contexto del primer contacto.

Descripción	Ejemplo Guía – Novia como cliente de consultoría	Tu propuesta
¿Qué duele hoy y dónde se nota?	Ansiedad por la elección: duda de la talla y de si el estilo le favorece; siente	

Descripción	Ejemplo Guía – Novia como cliente de consultoría	Tu propuesta
<i>Breve descripción del síntoma observable.</i>	presión por los tiempos de entrega.	
¿A quién impacta y desde cuándo? <i>Personas afectadas y tiempo aproximado.</i>	Impacta a la novia y a su familia desde hace 6 semanas. Afecta la coordinación con el taller de costura.	
¿Qué intentos previos hubo y con qué resultados? <i>Acciones hechas y aprendizajes.</i>	Probó 4 tiendas y revisó catálogos en línea. No logró decidir por falta de guía y pruebas comparables.	
¿Qué esperan, en términos simples, de esta intervención? <i>Resultado deseado en lenguaje claro.</i>	"Quiero definir mi vestido con seguridad, dentro de mi presupuesto y con entrega a tiempo."	

5. Enunciado A □ B (Situación actual ☒ Resultado esperado)

¿Qué es A y qué es B?

- A (situación actual): lo que ocurre hoy y se puede observar (síntoma + evidencia).
- B (resultado esperado): el cambio deseado y, si es posible, un indicador de éxito.

Formato:

"Hoy (A) _____, queremos pasar a (B) _____."

Ejemplo (novia como clienta de consultoría):

“Hoy (A) estoy indecisa entre 3 estilos, tengo duda de tallas y temo no alcanzar los tiempos de ajustes, queremos pasar a (B) una decisión final esta semana, primera prueba agendada y plan de ajustes con entrega 4 semanas antes de la boda.”