

[Volver](#)

Avance

33%

## Reconociendo a mi cliente

Una vez que has segmentado correctamente a tu público objetivo, es momento de crear a tu buyer persona, es decir, a tu consumidor ideal, para enfocar mucho mejor tu estrategia de marketing.

[Anterior](#)

00:00:08 &gt;

Entender que es lo que quiere y busca tu cliente hará que tus productos y/o servicios se adeguden a sus necesidades, existiendo más probabilidad de venta.

## Identifica a tu buyer persona (consumidor ideal)

Es la descripción de tu consumidor ideal, basada en datos cualitativos y cuantitativos de la investigación de tu mercado, del análisis de competidores, así como del perfil de clientes actuales.

Conocerlo permitirá generar un perfil que podrá ser utilizado para crear contenidos y campañas con precisión y enfoque. De acuerdo con los clientes de tu empresa, identifica y responde las siguientes preguntas:



¿Qué les gusta y qué no?  
¿Cuáles son sus deseos y necesidades?



Con estas categorías, puedes agregar las preguntas que sean necesarias para construir mejor tu buyer persona.

## Identifica a tu buyer persona (consumidor ideal)

Para mejorar el conocimiento sobre tus clientes, prueba alguna de estas opciones:



Encuestas de satisfacción del cliente.



Reseñas y testimonios.



Entrevistas.



Implementación de CRM.  
(en inglés Customer Relationship Management, o Gestión de las relaciones con clientes)



Ve cómo interactúan con tu página web.

Saber cómo se comportará o actuará tu cliente en los diferentes puntos de tu recorrido puede ayudarte a mejorar tu tasa de conversión de ventas y a minimizar la pérdida de clientes.

