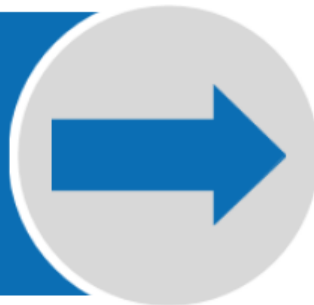


MATERIAL COMPLEMENTARIO

CLASE:

“Conoce a tus clientes”

Versión 1.0 – Abril 2021



Índice

Descriptor de curso	1
Capítulo I: Conociendo el público objetivo	4
¿Qué aprenderás?	4
Definición del público objetivo	5
Crear una publicación de interés	7
Resumen	9
GLOSARIO	10
REFERENCIAS	11
Páginas web	11
Libros	11
Blogs	11
Otros	11

Capítulo I: Conociendo el público objetivo

¿Qué aprenderás?

- Definir el público que quieres que compre tus productos o servicios
- Crear contenido de interés para tu público objetivo en tus redes sociales
- Aprender a promocionar tus publicaciones en redes sociales para aumentar la visibilidad de tu negocio

Según un estudio de [The Global State of Digital](#) en el 2019, elaborado por [Hootsuite](#) y [We Are Social](#), se estima que 3.484 billones de personas utilizan las redes sociales, lo cual representa el 45% de la población mundial.

Al ver estos datos podemos decir que las redes sociales se han vuelto indispensables, no solamente para que las personas se comuniquen, sino también para que nuestro negocio tenga aún más visibilidad, y mientras más visibilidad tengamos, más atraeremos a personas interesadas en nuestros productos o servicios.

En esta lectura obtendrás todos los recursos que necesitas para empezar a publicar en redes sociales, empezando por definir perfectamente quien es tu cliente ideal, ya que tu público objetivo no es todo el mundo y mientras más personalices tu contenido más probabilidades tendrás de conectar con las personas según sus objetivos y necesidades. Por eso, si tu meta es generar contenido que llame la atención de tu público objetivo, no te debes saltar esta lectura.

Definición del público objetivo

Antes de empezar a crear contenido en redes sociales es necesario definir:

- *¿A qué público queremos llegar?*
- *¿Quiénes son esas personas que queremos que compren nuestros productos o servicios?*
- *¿Dónde están?, ¿qué hacen? y ¿qué problema tienen?*

Esto nos ayudará a definir nuestro mensaje para poder conectar con ellos sin sonar invasivos. Según [Rock Content](#), el público objetivo es “Un grupo de personas que tienen las características generales de los individuos que consumen o necesitan nuestro producto o servicio”. En otras palabras, el público objetivo, también conocido como **buyer persona**, es el estereotipo del cliente ideal de tu negocio. Para poder definir tu público objetivo y crear este estereotipo es necesario centrarnos en datos reales, busca la mayor información posible en:



Imagen 01. Información de tu público objetivo.

Debemos recaudar la mayor información posible, ya que esto nos permitirá personalizar las acciones de marketing según sus necesidades, hábitos e inquietudes. Lo más importante es no imaginarnos cómo sería nuestro buyer persona, sino tener información real de ellos.

Definir nuestro buyer persona nos permitirá acotar nuestro público y centrarnos en los individuos que tengan las características específicas de nuestro cliente ideal. Es importante que no caigas en el error de pensar que tu cliente ideal es todo el mundo, porque eso es imposible.

NOMBRE COMPLETO



"Frase personal"

Debe capturar la esencia de la persona.

EDAD: 1-100
SEXO: masculino o femenino
OCUPACIÓN: Job title
NIVEL EDUCATIVO: ¿Dónde trabaja?
ESTADO CIVIL: Casado, soltero, etc.
FAMILIA: Hijos, etc.
DIRECCIÓN DEL HOGAR: ¿Dónde vive?
DIRECCIÓN DEL TRABAJO: ¿Dónde trabaja?
NSE: A B C C+ D D+ E
ARQUETIPO: Tipo de caracter
INGRESO PROMEDIO: 1-100

Ambicioso

Admirable

Enfocado

BIOGRAFÍA

La BIO debe ser un párrafo corto que describe el viaje de la persona o más bien su día a día. Debería incluir algo de su historia conduciendo a un caso de uso actual. Puede ser útil incorporar información incluida en la plantilla y agregar detalles pertinentes que pueden haber quedado fuera. Resalta los factores de la vida personal y profesional del usuario que hacen que sea un cliente ideal de tu producto o servicio.

PERSONALIDAD

Introvertido	Extrovertido
Pensador	Sensible
Sensitivo	Intuitivo
Juzgador	Perceptor

CANALES PREFERIDOS

Publicidad Tradicional	
Internet y las redes sociales	
Email	
WhatsApp	
Móvil	

METAS

- Una tarea que necesite ser cumplida.
- Una meta de vida que necesite alcanzar.
- O una experiencia que necesite sentir.

FRUSTRACIONES

- Desafíos que quisiera evitar.
- Un obstáculo que puede impedirle alcanzar sus metas.
- Problemas con las soluciones disponibles.

MOTIVACIONES

Incentivos	
Miedos	
Crecimiento	
Poder	
Social	
Confort	

MARCAS

- Una lista de las marcas favoritas de la persona.
- Pero también puede ser los influencers que sigue.

Imagen 02. Ejemplo de buyer persona.

Fuente: Milcapeguero.com

Crear una publicación de interés

Una vez que hemos definido cuál es nuestro público objetivo vamos a crear contenido que sea de utilidad para estas personas. Seguramente te preguntarás ¿de dónde saco ideas? Existen herramientas de las que te hablaremos a continuación que te permitirán ahorrar tiempo, quitarte el dolor de cabeza de empezar con una hoja en blanco y, sobre todo, te permitirán crear muchos contenidos partiendo desde una sola idea.

Ahora te preguntamos: *¿Cuál es esa gran idea para tu publicación?* Esta es la primera pregunta que debes hacerte. A continuación, te presentamos algunas herramientas para crear contenido relacionado a esa gran idea y, a partir de ahí, se desplegarán más de 30 opciones de contenido.

Más titulares

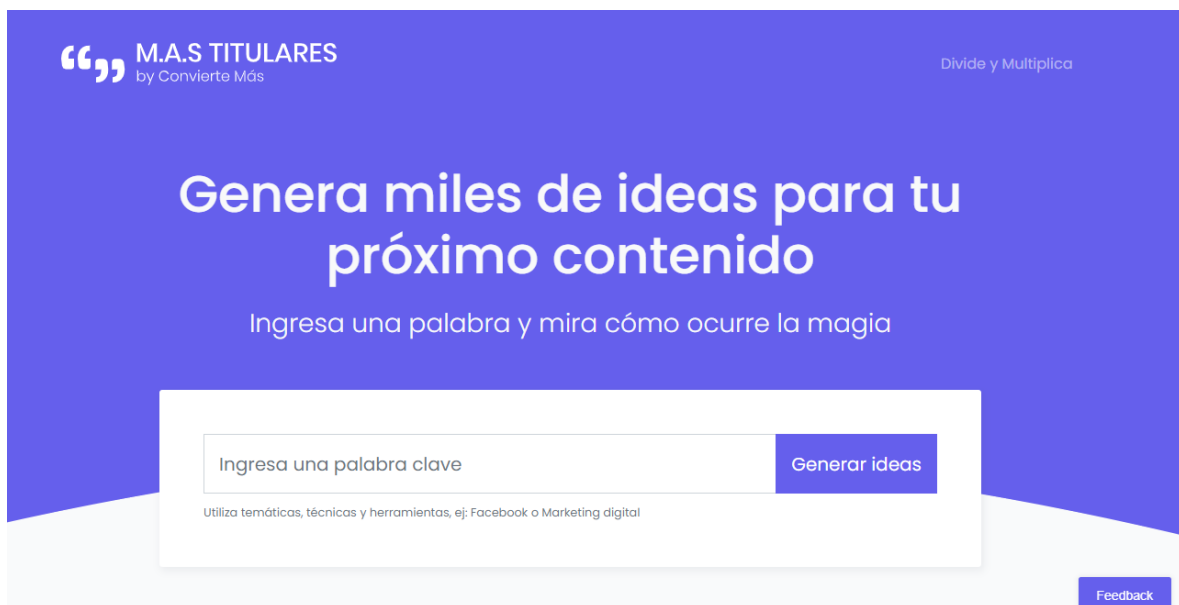


Imagen 03. Generador de titulares.

Fuente: Mastitulares.conviertemas.com

Por ejemplo, nuestra gran idea o tema principal del que queremos crear contenido es “Instagram”, con esta herramienta, al ingresar la palabra podrás obtener ideas para tus publicaciones, podcast, videos, y descargables.

Ideas para posts

Copiar

- Instagram: La guía definitiva
- 10 pasos que no debes saltarte con Instagram
- Lo que muchos ignoran sobre [el/la/los/las] Instagram
- 10 normas que debes seguir para sacar mayor provecho a con Instagram
- La influencia de Instagram sobre tu negocio

Guía con 50 ideas para crear posts que llevarán tu blog a otro nivel

¡Descárgala!

Ideas para podcasts

Copiar

- Los mejores consejos de Instagram que puedo darte hoy
- Las mejores aplicaciones de Instagram para Samsung
- La guía definitiva de de Instagram
- Alternativas alucinantes (a/al/a la/a las/a los) Instagram
- Recomendaciones cruciales y 100% efectivas para Instagram

Cómo sacar el máximo rendimiento al podcast en marketing digital

¡Leer!

Ideas para descargables

Copiar

- Atención [AUDIENCIA], no hagas nada con Instagram hasta que leas esto
- Planificador trimestral para tus tareas de Instagram
- Glosario de Instagram con más de 10 términos imprescindibles
- Lista de actualizaciones de aplicaciones para Instagram
- Trucos de Instagram que funcionan en [2019]

Mejores infoproductos o productos digitales que puedes crear y vender

¡Leer!

Ideas para videos

Copiar

- Los 5 mitos sobre el Instagram te impiden crecer
- Instagram Si es ..
- Cómo usar Instagram
- Todo lo que aprendí de Instagram viendo Capitán América
- Tutorial por pasos para aprenderlos todo sobre Instagram

Cómo buscar las mejores keywords para tus videos de YouTube

¡Leer!

Imagen 04. Generador de titulares.

Fuente: Mastitulares.conviertemas.com

Resumen

¿Estás tratando de vender a las personas correctas? ¿Sabes con quién quieres conectar?

Muchos emprendedores desconocen las respuestas a estas preguntas, pero uno de los elementos más importantes para cualquier marca es identificar el público al que se quiere dirigir.

Si no sabemos quién es nuestro cliente ideal, ¿cómo vamos a crear contenido y estrategias digitales? Es fundamental definir nuestro **público objetivo y centrarnos en ellos**.

Con esta clase aprendimos a cómo definir el público con el que queremos conectar, para crear contenido creativo centrado en él y sus necesidades, poder apelar a los sentimientos de nuestra audiencia y aportar información valiosa. Además, aprendimos a crear una publicación que capte la atención de nuestro cliente ideal y la importancia de promocionar nuestro contenido por correos electrónicos, redes sociales y blogs para aumentar las ventas.

GLOSARIO

- **Buyer persona:** Es la representación ficticia del cliente ideal, que se construye a partir de la etnografía de una población (edad, sexo, costumbres, creencias, entre muchas otras), con perfil psicológico, cualidades y comportamientos similares. Fuente: rdstation.com.
- **Cliente potencial:** Un cliente potencial es toda aquella persona, empresa u organización que puede convertirse en comprador de tus productos y/o servicios. Este tipo de personas y entidades reúne una serie de cualidades que las hace más propensas a interesarse en una marca o empresa, por su edad, género, clase social, intereses, gustos, etc. Fuente: blog.aventaja.com
- **Correo electrónico:** Un correo electrónico es un sistema que permite a los usuarios enviar y recibir mensajes mediante redes informáticas. Fuente: rae.es
- **Focus group:** Es una técnica de investigación de mercado usada para reconocer las opiniones de un grupo de personas sobre un producto o servicio.
- **Marketing de contenidos:** Es una manera de involucrar a tu público objetivo y hacer crecer tu red de leads y clientes a través de la creación de contenidos relevantes y valiosos, atrayendo, involucrando y generando valor para las personas y, de esa forma, crear una percepción positiva de tu marca, generando más negocios. Fuente: rockcontent.com
- **Público objetivo:** El público objetivo o target es un recorte demográfico, socioeconómico y comportamental de un grupo compuesto por los futuros consumidores del producto o servicio de la empresa. Es para esta muestra que van dirigidas las acciones de Marketing y Ventas. Fuente: rdstation.com

REFERENCIAS

Páginas web

- Tipos de blog: <https://sergioescriba.com/tipos-de-blogs/>
- Que es un blog y sus beneficios: <https://www.ingeniovirtual.com/que-es-un-blog-y-cuales-son-sus-beneficios/>
- Cómo definir el público objetivo: <https://rockcontent.com/es/blog/como-definir-el-publico-objetivo/>

Libros

- Comprar bases de datos Vs. Generación de registros propios: <https://inboundmarketing.inboundcycle.com/comprar-bbdd-vs-generacion-registros-propios>
- Cómo puede el inbound marketing contribuir al branding de tu empresa: <https://inboundmarketing.inboundcycle.com/inbound-marketing-branding>

Blogs

- Nueva guía: Cómo realizar un diseño que impacte en tu blog: <https://vilmanunez.com/la-guia-de-diseno-para-blogs/>
- Las mejores herramientas para tener un buen blog: <https://vilmanunez.com/herramientas-recomendaciones-blog/>

Otros

- Errores que deberías evitar al crear un blog: <https://www.youtube.com/watch?v=JjlyO493p4c>
- Cómo crear artículos exitosos para tu blog paso a paso 2019: https://www.youtube.com/watch?v=7fR6_vU-bgE