

CLIENTE
ideal y cómo
DEFINIRLO

¿Qué es el cliente ideal?

El cliente ideal sería el perfil de persona que pertenece a un nicho y que encuentra la solución perfecta a su problema en el servicio que ofrece tu marca. Si no sabemos a quién le vendemos no podemos crear una propuesta que solucione su problema.

Puedes tener más de un cliente ideal (si vendes varios servicios) pero en ese caso, de cara a la promoción y comunicación vas a necesitar una estrategia más compleja, porque vas a resolver problemas diferentes para personas diferentes, y no todo sirve para todos.



Cuando estás empezando siempre voy a recomendar empezar vendiendo un servicio a un cliente ideal durante bastante tiempo hasta que hayas validado ese servicio al máximo, sepas que funciona, tengas testimonios, hayas experimentado lo que es llevarlo a cabo, antes de añadir otro servicio a tu oferta.

En el caso de que quieras tener más de un servicio pero sea para el mismo cliente ideal, no habría problema. Ya habeis visto muchos casos de integrantes de Celeste Mastermind que tienen su servicio estrella de gestion de rrs y a parte también un servicio de asesoramiento. Pero van por la misma línea aunque puedan diferir en pequeños matices.

Preguntas para definir a tu cliente:

1. ¿Qué edad tiene? Puede ser una franja.
2. ¿Es hombre, mujer, lo que sea?
3. ¿De dónde es? Si es relevante.

Preguntas para definir a tu cliente:

1. ¿Qué edad tiene? ¿Pertenece a una franja.
2. ¿Es hombre, mujer, o lo que sea?
3. ¿De dónde es? ¿Es relevante?



Para mí los datos demográficos no son suficientes para definir a tu cliente ideal.

Preguntas: Definición de cliente ideal

- ¿En qué punto vital se encuentra tu cliente?
- ¿Cuál es su nivel de facturación?
- ¿Cómo se siente con respecto al problema que tienen?
- ¿Qué es lo que más le inquieta o llama su atención últimamente?
- ¿Está ocurriendo algo en su vida o negocio que esté suponiendo un punto de inflexión?
- ¿Qué identifica como obstáculos a nivel personal/profesional?
- ¿Por qué solución o anhelo está dispuesto a pagar?
- ¿Cuánto está dispuesto a invertir?



Identifica a 5 personas reales (sean ya clientes o no) que encajen con tu descripción de cliente ideal para poder hacer un análisis exhaustivo de quiénes son para poder definir tu cliente avatar/buyer persona.

Es importante que de alguna manera pongas cara a las personas con las que te gustaría trabajar y es clave identificar a personas reales para poder entender y empatizar mucho más con ellas.



El cliente avatar es un cliente ficticio que representa a un grupo de clientes de nuestro negocio que encajan perfectamente con nuestro servicio. Aunque en nuestro caso, **no va a ser algo inventado**, sino algo **identificado**, porque vamos a basarlo en las 5 personas de la tarea que habrás tenido que realizar previamente.

Preguntas: Creación de cliente avatar/ buyer persona.

- ¿Cómo se llama?
- ¿Qué edad tiene?
- ¿Tiene pareja e hijos? ¿De qué edad?
- ¿A qué se dedica?
- ¿Qué publicaciones lee?
- ¿Qué podcast escucha?
- ¿En qué redes está?

Preguntas: Creación de avatar/ buyer persona.

- ¿Qué problema/anhelo tiene?
- ¿Cómo explica esa situación a su entorno? ¿Desde qué emoción?
- ¿Cómo afecta este problema a su trabajo, entorno, vida personal y familiar, etc?
- ¿Qué le da miedo que pase si no soluciona el problema/anhelo?
- ¿Cómo se imagina que se sentirá una vez solucione el problema/anhelo?
- ¿Cómo cree que cambiará su situación una vez haya solucionado su problema/anhelo?

- *Tu cliente ideal*

Con toda esta información, ya tendrías identificado a tu cliente ideal real y puedes ponerle cara, nombre y apellidos, seguir y analizar más exhaustivamente su comportamiento y necesidades, y hacer un checklist de características de tu cliente ideal para poder atraerlo a través de tu comunicación o llevar a cabo la estrategia de captación activa de clientes con respecto a él.