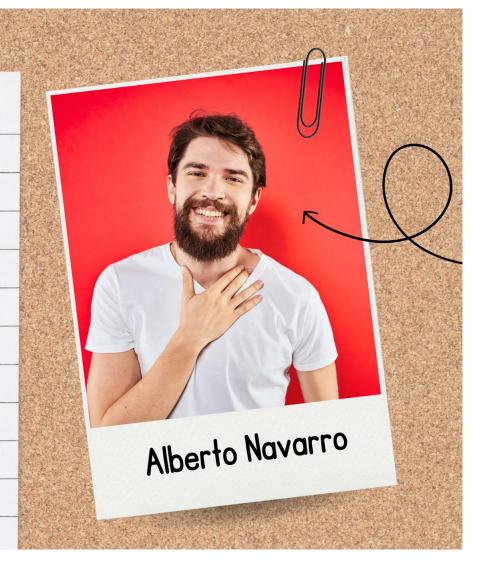




# Sobre mí

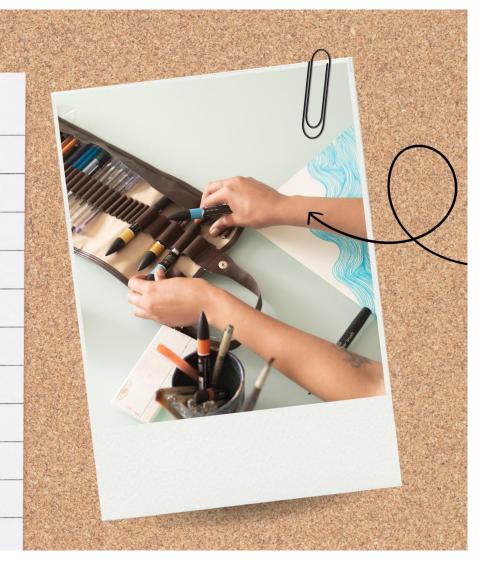
- Rasgos clave: (ej. extrovertido, analítico, innovador, tradicional).
  - Valores: (ej. ahorro, prestigio, sostenibilidad, eficiencia).
  - Actitud: (ej. optimista, escéptico, arriesgado, conservador).
  - Estilo de comunicación preferido: (directo, emocional, técnico, cercano).





## Información profesional

- Empresa (sector, tamaño, puesto,...).
- Trayectoria laboral.
- Habilidades destacadas.
- Quién es su jefe.
- Cómo es un día de trabajo.
- Qué herramientas necesitas.
- Qué problemas tiene.
- · Cómo mide su éxito.













## Comportamiento

- Cómo es su día a día.
- ¿Qué hace en su tiempo libre🛚
- ¿Utiliza redes sociales? ¿Cuáles⊠
- Escucha / Ve / Lee medios tradicionales.
- Escuha / Ve / Lee medios analógicos.
- ¿Quiénes son sus referentes🛚
- ¿Cómo se informa / forma🛚





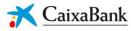


## Nuestro producto / servicio

- ¿Qué problema o necesidad resuelve?
- Si ha recurrido a la competencia antes, ¿cuáles son las principales pegas que ha encontrado?
- ¿Qué ventaja tenemos sobre otras empresas del sector?
- ¿Utiliza productos sustitutos? ¿Cuáles?











## **ADRIANA**



## Adriana Vázquez

EDAD: 48 años

SEXO: Mujer

PAÍS: España vive en Málaga

EDUCACIÓN: Máster

OCUPACIÓN: Abogada

Pareja y dos hijos 2 10 y 6 años

## PERSONALIDAD:

Extrovertida

Amante de la naturaleza y los animales

Valora mucho el tiempo en familia y las amistades

Le gusta hacer deporte y las actividades que le hagan desconectar

## **BIOGRAFÍA**

.Adriana ha conseguido su sueño laboral y personal, ser abogada y crear una familia.

Después de trabajar 20 años en el mismo despacho de abogados, ha decidido montar ella su despacho.

Trabaja muchas horas y su tiempo libre lo invierte en pasar tiempo con su familia y amigos.

## PROCESO DE COMPRA

Por internet o mediante recomendaciones amigas

¿Su marido y la persona que le ayuda con el cuidado de los niños

Que no encuentre un hueco para hacerlo

### **OBJETIVOS Y MOTIVACIONES**

Adriana quiere encontrar tiempo para ella misma, 2 horas a la semana donde no se tenga que preocupar por nada.

A Adriana le motiva que su familia esté sana y feliz, y que sus clientes queden satisfechos con su trabajo.

Quiere encontrar tiempo para ella y de esta manera, poder desconectar y recargar para ser mejor tanto con su familia como en su trabajo.

## **COMPORTAMIENTO DIGITAL**

Busca información en Instagram y Google, y para temas de diseño en Pinterest Le gustan los podcasts de desarrollo personal Utiliza móvil, ordenador y Tablet.

### **PUNTOS DE DOLOR O FRUSTRACIONES**

No consigue desconectar de su despacho ni de los problemas del día a día de la familia

Las clases de cerámica logran que Adriana durante dos horas esté pensando en el presente, en la pieza que está haciendo con sus manos, es terapia para ella.



## **Objetivos y necesidades**

- Quiere aprender más sobre la industria de la moda y dar el salto para emprender.
- Quiere fomentar la creatividad y nuevas técnicas de marketing en su empresa actual.
- Desea conciliar mejor su vida personal con la laboral para pasar más tiempo con su familia.
- Atributos profesionales: capacidad de mando y conocimiento del sector.

## Miedos y frustraciones

- · No tener el control sobre los resultados de su equipo.
- · No poder cumplir los objetivos a largo plazo.
- · No emprender su negocio de moda online.

## Intereses

- Le apasiona el mundo de la moda y sueña con crear su propia marca.
- Le interesa el ecommerce y ha realizado un máster de especialización en el sector.
- · Le encanta estar al tanto de las últimas tendencias.

## Comportamiento

- Lee blogs de marketing y las últimas noticias de ecommerce.
- · Usa las redes sociales diariamente.
- · Suele buscar por internet la información sobre moda.







## Plantilla Cliente Objetivo

1 Plantilla - Cliente objetivo 2



### **NOMBRE**

**EDAD** 

SEXO

PAÍS

**EDUCACIÓN** 

OCUPACIÓN

### **BIOGRAFÍA**

### **OBJETIVOS Y MOTIVACIONES**

¿Qué quiere lograr?

¿Qué lo motiva en su vida personal o profesional?

¿Qué retos quiere superar?

#### PROCESO DE COMPRA

¿Cómo toma decisiones de compra? ¿Quién más influye en esas decisiones? ¿Qué objeciones puede tener antes de comprar?

#### COMPORTAMIENTO DIGITAL

¿Dónde busca información? (Google, redes sociales, foros...)

¿Qué tipo de contenido consume? (blogs, videos, podcasts...)

¿Qué dispositivos utiliza con mayor frecuencia?

### **PERSONALIDAD**

#### **PUNTOS DE DOLOR O FRUSTRACIONES**

¿Qué problemas o frustraciones tiene?

¿Qué obstáculos enfrenta que tu producto o servicio puede resolver?









