

Reporte de Lectura

Tema:	Cómo definir un cliente ideal
--------------	--------------------------------------

Ficha de la fuente de información.	
No. 1	<i>Fuente original (hipertexto o base de datos). Google académico</i>
Palabras claves. Clientes, Factores, Preferencias, hábitos, lealtad, servicio, trabajo.	
Referencia APA. SEMrush. (s.f.). Cómo definir a tu cliente ideal para vender más. https://es.semrush.com/blog/como-definir-cliente-ideal-vender-mas/	
RESUMEN	
No aplica	

Texto (literal con número de página)
<p>Quién es tu cliente ideal?</p> <p>Muchos negocios lo desconocen. Una de las partes más importantes para cualquier negocio es identificar el mercado objetivo al que se dirige. Si desconocemos quiénes son nuestros clientes potenciales, ¿cómo podremos diseñar e implementar una campaña de marketing eficaz? De hecho, ¿te has preguntado alguna vez si las personas sobre las que centras tus campañas de marketing y con las que gastas tu presupuesto, están realmente interesados en tu oferta?</p> <p>Cuando estamos al frente de un negocio, generalmente, estamos tentados a decir sí a cada oportunidad que se nos presenta.</p> <p>A veces incluso, vamos en contra de nuestro instinto y aceptamos nuevos clientes y proyectos que sabemos de antemano que van a causarnos grandes quebraderos de cabeza y lo hacemos, simplemente porque queremos vender más.</p> <p style="text-align: center;">¿Quién es mi cliente ideal?</p> <p>Un cliente ideal es un componente fundamental para avanzar con tu negocio y todo lo que aprendas sobre él formará la base de todas las comunicaciones de tu plan de marketing.</p> <p>Pero seamos sinceros, seguramente hayas preguntado a tus clientes quién es su público objetivo. Sin embargo, ¿cuántas veces te lo has preguntado a ti mismo?</p> <p>No saber a quién están tratando de atraer es un problema común entre los propietarios de pequeñas empresas.</p> <p>Luego nos echamos las manos a la cabeza cuando los resultados que esperábamos no llegan, las conversiones no mejoran y las ventas no aumentan.</p>

Reporte de Lectura

Sin un perfil de cliente ideal definido cualquier acción o estrategia que lles a cabo será genérica e ineficaz.

De nada servirá establecer metas y objetivos para tu negocio si no sabes a quién quieres atraer.

En cambio, la situación será muy distinta si realmente sabes quiénes son las personas que quieren y necesitan tu producto o servicio; aquellas con las que quieres trabajar.

Cuando te diriges a las personas adecuadas puedes afinar tu mensaje para comunicarte directamente con ellos, enfocar tu estrategia y en consecuencia, las suscripciones aumentan, la tasa de conversión mejora y consigues vender más en tu negocio.

De hecho, cuando comprendes a tu cliente ideal y conoces cuáles son sus deseos y necesidades, es más fácil poder elaborar mensajes de marketing que sean más relevantes y tengan mayor alcance.

Conocer la personalidad de tu cliente ideal significa que puedes apelar directamente a las personas que están buscando tu producto o servicio.

Por tanto, un cliente ideal será aquella persona que compra un determinado producto o servicio porque ha encontrado en él la solución perfecta a su problema o necesidad y, además, cumple con estos 4 requisitos:

1. Está satisfecho con el producto o servicio que ha resuelto su problema o necesidad.
2. No crea inconvenientes con el precio si este es justo y se adecúa al valor que proporciona.
3. Recomienda el producto/servicio si el resultado que ha obtenido es el que esperaba.
4. Se convierte en comprador recurrente y fiel.

Solo cuando conoces detalladamente a quién estás vendiendo puedes adaptar tus estrategias de marketing y comunicación para atraer el tipo de clientes que quieres en tu negocio.

Prontuario

Para conseguir vender más en tu negocio, necesitas construir relaciones y las relaciones se construyen con personas.

Por ello, tu estrategia de marketing debe planificarse en torno a las personas y el cliente ideal es una representación de la persona que estás tratando de atraer con tu estrategia de marketing.

Solo cuando visualizas y defines el perfil de tu cliente ideal podrás, con la estrategia adecuada, aumentar tus ventas. La personalización, la segmentación, la creación de contenido, la búsqueda de contenido clave y el proceso de venta harán que tu negocio sea mucho más eficaz y obtengas los

Reporte de Lectura

resultados que querías.