

Diplomado de Marketing Digital  
y Ventas Por Internet

**Módulo 1: ¿Quién es Tu Cliente?**

Clase: Introducción al Módulo 1



# ¿CONOCES A TU CLIENTE?

---

El anuncio perfecto sólo es perfecto si le llega a la persona indicada. Para asegurarte de llegar a quién te quiere escuchar, lo primero que debes hacer es conocer a tu cliente.

*"El secreto del anuncio perfecto es el enfoque" - Armando J. Pérez-Carreño*

## **Para poder crear una buena estrategia de atracción necesitas:**

- Enfocarte en un producto o servicio en específico.
- Conocer el perfil del cliente para ese producto o servicio.

## **Todos Generalizan, Pero Tú No Tienes Que Hacerlo**

Antes de poder definir quién es tu cliente potencial necesitas saber qué es lo que le estás vendiendo.

La gran mayoría de los negocios hacen publicidad generalizada. Hablan del negocio completo o de varios servicios a la vez.

Algunos asumen que si hablan de varias cosas a la vez, pueden gastar menos en sus esfuerzos publicitarios. Otros simplemente lo hacen "*para ver si algo cae*".

Este tipo de "publicidad de esperanza" no es bueno para nadie porque es muy difícil de medir y por tanto aun más difícil de optimizar y mejorar.

## **Enfócate y Gana**

Cada persona tiene una necesidad particular. Si tu producto o servicio resuelve esa necesidad, simplemente es cuestión de ponérselo en frente.

Si yo se que necesito un cambio de aceite para mi automóvil y veo puros anuncios hablando de talleres automotrices, aún no están resolviendo mi necesidad. Todavía tengo que realizar un paso adicional de averiguar si cada taller ofrece el cambio de aceite.

En cambio, si me aparece un anuncio que desde el principio habla específicamente sobre el servicio de cambio de aceite para automóvil, ya se que es justo lo que necesito y es más probable que me acerque a ellos.

Mientras más específico seas con lo que ofreces, mejores resultados obtendrás.

En este módulo aprenderás cómo definir exactamente quién es tu cliente ideal para cada uno de tus productos y servicios.

Te vas a dar cuenta que incluso para el mismo producto, habrá varios perfiles de cliente. Cada persona, de acuerdo a la etapa en la que se encuentra, va a necesitar tu producto o servicio por una razón distinta.

Aquí me gusta usar el ejemplo del maquillaje: Quizá una adolescente necesite cierto producto para la cara, el mismo producto que necesita una señora mayor.

Aunque esencialmente es el mismo producto, cada una lo necesita por diferente razón. La joven quizá lo quiere para verse mayor y resaltar, mientras la señora tal vez quiere usarlo para verse más joven.

Si tomas cada uno de tus productos y defines quién lo puede usar, podrás diseñar un mensaje específico para esa persona y ella te lo agradecerá.

Por eso es tan importante conocer a tu cliente.

Y para eso, en la siguiente clase, identificaremos tus productos y servicios para después definir quién es esa persona que más los necesita.