

PLANTILLAS MARKETING

BUYER PERSONA



**Tu consultor
de internet**

Agencia de Marketing y Comunicación

Jorge Alonso Daldea
Director
info@tuconsultordeinternet.es
Tel. 617 583 508
C/Manuel Álvarez, 8A 1ªA
CP.36780 A Guarda
Pontevedra - España

Plantilla 3: Buyer Persona (Word)

Instrucciones:

- Piensa en tu cliente ideal como si fuese una persona real.
- Ponle nombre, edad y hasta una foto (puede ser de banco de imágenes).
- No inventes: usa lo que ya sabes de tus clientes habituales.

Ficha del Buyer Persona

1. **Nombre ficticio:** (ej. Marta, Xoán, Ana...)
2. **Edad y perfil demográfico:** (ej. 38 años, casada, madre de 2 hijos, vive en Tomiño)
3. **Ocupación:** (ej. administrativa, estudiante, trabajador por cuenta propia)
4. **Intereses y hábitos:** (ej. sigue Instagram a diario, compara precios en WhatsApp, compra en comercios locales por confianza)
5. **Necesidad o problema:** (ej. quiere ahorrar tiempo en las compras de Navidad, busca precios competitivos, necesita regalos rápidos)
6. **Qué valora en un comercio local:** (ej. trato cercano, rapidez, productos de calidad)
7. **Cómo se comunica:** (ej. usa WhatsApp para comprar, consulta Facebook Marketplace, responde a emails con ofertas)

Ejemplos de Buyer Persona

1. Tienda de ropa (campaña Black Friday)

Nombre: Laura, 29 años.

Perfil: joven profesional, compra online desde el móvil, sigue tendencias en Instagram.

Necesidad: quiere ropa moderna a buen precio.

Valora: descuentos rápidos, recogida en tienda sin esperas.

Canales: Instagram Reels y WhatsApp.

2. Panadería (campaña Navidad)

Nombre: Manuel, 45 años.

Perfil: padre de familia, trabaja en Tomiño, compra pan y dulces locales.

Necesidad: busca productos tradicionales para regalar.

Valora: calidad artesanal y confianza.

Canales: Facebook y WhatsApp.

3. Restaurante (campaña San Valentín)

Nombre: Sara, 35 años.

Perfil: pareja joven, busca experiencias originales.

Necesidad: sorprender a su pareja con un menú especial.

Valora: ambiente romántico y promociones exclusivas.

Canales: Instagram y email marketing.

4. Perfumería (campaña Día de la Madre)

Nombre: Inés, 52 años.

Perfil: madre de dos hijos adultos, suele comprar regalos con antelación.

Necesidad: encontrar un detalle elegante y personalizado.

Valora: atención cercana y envoltorios bonitos.

Canales: Facebook e Infomíño.com (noticia promocionada).

5. Floristería (campaña Festas do Alivio)

Nombre: Pablo, 60 años.

Perfil: vecino del municipio, participa en las fiestas y compra flores para decorar su casa y regalar.

Necesidad: quiere arreglos florales festivos y de buena calidad.

Valora: servicio rápido y entrega a domicilio.

Canales: WhatsApp e Instagram Stories.

6. Librería (campaña Día del Libro)

Nombre: Clara, 23 años.

Perfil: estudiante universitaria, lectora habitual y activa en redes.

Necesidad: descubrir novedades y aprovechar descuentos.

Valora: recomendaciones personalizadas y ediciones especiales.

Canales: Instagram y newsletter mensual.

7. Peluquería o barbería (campaña verano)

Nombre: Diego, 34 años.

Perfil: trabajador autónomo, cuida su imagen y busca servicios rápidos.

Necesidad: quiere un cambio de look antes de las vacaciones.

Valora: puntualidad, confianza y promociones por fidelidad.

Canales: WhatsApp e Instagram.

8. Tienda de decoración (campaña Navidad)

Nombre: Marta, 41 años.

Perfil: profesional creativa, disfruta decorando su casa en fechas especiales.

Necesidad: busca adornos originales y sostenibles.

Valora: productos hechos a mano y atención personalizada.

Canales: Instagram y Google My Business.

9. Centro de estética (campaña vuelta al trabajo – septiembre)

Nombre: Lucía, 37 años.

Perfil: trabaja en oficina, le gusta cuidarse y relajarse después del verano.

Necesidad: quiere recuperar su rutina de bienestar con tratamientos faciales.

Valora: promociones por temporada y trato amable.

Canales: WhatsApp e Instagram Reels.

10. Tienda de alimentación local (campaña Semana Santa)

Nombre: José, 50 años.

Perfil: vecino de Tomiño, compra productos locales para su familia.

Necesidad: preparar comidas tradicionales sin complicaciones.

Valora: productos frescos, cercanía y entregas rápidas.

Canales: Facebook e Infomiño.com (noticia destacada con fotos del producto).