

Manual para completar tu plantilla de cliente ideal

1. ¿Qué es el “cliente ideal”?

El cliente ideal es aquel que, a través de los servicios o productos ofrecidos por tu emprendimiento, puede solucionar sus necesidades. Es la recreación de un personaje ficticio que encuentra en los productos o servicios de tu empresa la solución a su problema más inmediato y cotidiano. Cabe aclarar que el cliente ideal puede ser una persona natural o jurídica (otra empresa u organización). Para su creación o recreación es necesario realizar un modelo a partir de su información demográfica, preferencias, hábitos de consumo, necesidades, motivaciones, etc.

2. ¿Por qué es importante conocer a nuestro cliente ideal?

Es importante para:

- Enfocarnos en aquellas personas u organizaciones potenciales consumidores de nuestros productos o servicios, saber cuáles son sus características o perfiles.
- Nos permite comprender lo que nuestros clientes o potenciales clientes esperan de nosotros.
- Dirigir nuestro lenguaje eficientemente hacia el cliente ideal: todos los contenidos de nuestros medios de comunicación ya sea: web, redes sociales, artículos de blog, la forma de redactar nuestros correos electrónicos, entre otros, son elementos que deben ser coherentes y adaptados al perfil del cliente ideal. Es importante recordar que tanto escrito, como oral, debe utilizarse un determinado tono, por ejemplo: si no tuteamos a nuestros clientes, deberíamos sostenerlo en todas las publicaciones, eso sería coherente; por el contrario, si los tuteamos, utilizaremos esa forma en todas las vías de comunicación.
- Mejorar nuestros servicios o productos. Cuanto mejor se conoce al cliente ideal, más pistas se tiene sobre los ajustes que deberíamos hacer en los servicios o productos. Incluso, se puede identificar la creación de nuevos negocios si existe la oportunidad en ellos.

3. ¿Cómo construir una ficha de cliente ideal?

Lo primero que debemos tener en cuenta a la hora de desarrollar una ficha de cliente ideal es que, más allá de que tengamos una intuición, debemos recabar información mediante herramientas de investigación como entrevistas exploratorias, encuestas, estudios de mercado, o demás técnicas de análisis. **Una manera simple** de tener un primer acercamiento a la información necesaria es aprovechar las instancias de intercambio que tenemos con nuestros clientes para saber un poco más de ellos. Un ejemplo de ficha de cliente ideal podría tener estos datos: nombre y apellido, gustos personales, edad, trabajo, aficiones, hábitos de consumo, hobbies, entre otros. Lo ideal es incluir todos los detalles posibles para crear una **imagen mental** de él.

4. Completar la ficha

Una vez recopilada toda esta información comienzas a completar la ficha. Desde la Unidad de Apoyo a Mipymes creamos una plantilla que puede ser utilizada como ejercicio o guía. Esta plantilla se encuentra en formato descargable y editable para que trabajes en ella.

No olvides que a esa plantilla puedes seguir agregando items que te ayuden a crear el perfil de cliente ideal más completo posible.

5. En resumen

Tener un perfil claro de **cliente ideal** nos ayuda a enfocar y diseñar una estrategia de comunicación y marketing exitosa. **Conocer al público objetivo más a fondo**, saber qué les motiva, qué contenidos, qué servicios y productos consumen nos facilita entender qué espera de nosotros a la hora de resolver su “problema”. De esta manera, estarás más cerca del consumidor, crearás un vínculo más robusto y podrás establecerte como un referente en tu rubro.



*Gobierno de
Canelones*