

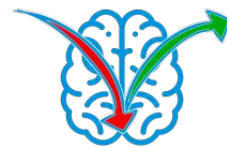


DEFINIENDO TU PÚBLICO OBJETIVO



**“No todo el mundo es tu cliente ...
identifica a quien puedes aportar valor”**

Documento desarrollado por [Felipe García Rey](#)
para el programa [”Vende ... Sin Vender”](#)[®]
de la [Escuela de Venta H2H](#)



DEFINIENDO TU PÚBLICO OBJETIVO

1. Objetivo

Es vital que definas a quién debes dirigirte para maximizar las oportunidades de éxito.

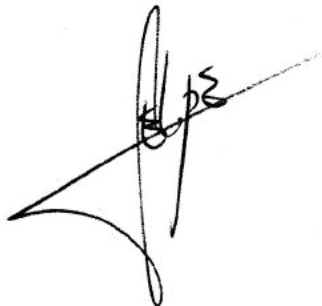
Por ello, has de identificar las características que tienen en común las personas/empresas a las cuales tu producto o servicio les puede ayudar a lograr objetivos.

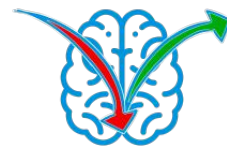
A continuación, tienes varias preguntas y puntos a tener en cuenta para segmentar tu público y agruparlos según los perfiles.

No tienes que contestar a todos los puntos aunque lo recomendable es que sea al máximo posible de ellos para tener un detalle en profundidad.

Ojo, puede haber más de un tipo de cliente objetivo: para empezar, te animo a que definas un máximo de dos o tres segmentos (después ya podrás aumentar si quieres): recuerda que, cuanto más foco tengas, más probabilidades de éxito lograrás.

Avanzamos !!





DEFINIENDO TU PÚBLICO OBJETIVO

2. Venta a particulares (B2C)

- Sexo: Hombre Mujer
- Rango de edad: de ___ a ___ años
- Zona geográfica y país: _____
- Nivel de estudios: _____
- Trabajo: Estudiando En desempleo Por cuenta propia Por cuenta ajena
 - Si trabaja, ¿en qué concretamente?: _____
- Nivel de ingresos anuales: _____
- ¿Tiene pareja?: Si No
- ¿Tiene hijos?: Si No
- ¿Qué quiere conseguir?: _____

- ¿Por qué quiere lograr esa meta?: _____

- ¿Qué necesita para lograrla?: _____



DEFINIENDO TU PÚBLICO OBJETIVO

- ¿Qué ha hecho hasta ahora para tratar de conseguir el objetivo?: _____

- ¿Qué le impide lograrlo por sus propios medios?: _____

- Más detalles que consideres interesante tener en cuenta: _____



DEFINIENDO TU PÚBLICO OBJETIVO

3. Venta a empresas (B2B)

- Tipo: Pyme Gran cuenta Multinacional Administración Pública
- Sector de la actividad: _____
- Número de empleados: _____
- Número de sedes: _____
- Zona geográfica de la actividad: _____
- Facturación/anual: _____
- EBITDA (Opcional): _____
- Ubicación de sede central (donde se toman las decisiones): _____
- ¿Qué quiere conseguir a uno, cinco y diez años?: _____

- ¿Por qué quiere lograr esa meta?: _____

- ¿Qué necesita para lograrla?: _____

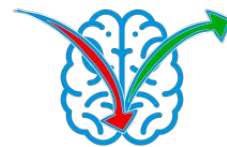


DEFINIENDO TU PÚBLICO OBJETIVO

- ¿Qué ha hecho hasta ahora para tratar de conseguir el objetivo?: _____

- ¿Qué le impide lograrlo por sus propios medios?: _____

- Más detalles que consideres interesante tener en cuenta: _____



DEFINIENDO TU PÚBLICO OBJETIVO

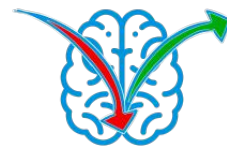
4. Ahora te toca a ti

Resume toda la información que has recabado, en un máximo de dos o tres líneas, donde indiques características y necesidades del perfil.

Repite el ejercicio tantas veces como quieras para definir varios perfiles.

- **Perfil 1**

- **Perfil 2**



DEFINIENDO TU PÚBLICO OBJETIVO

- **Perfil 3**

- **Perfil 4**

Consejo:

Nunca olvides compartir tus perfiles con el resto de la Tribu de las ventas. La fuerza del grupo te ayudará a descubrir detalles que se te habían pasado por alto o mejorar la definición de cada segmento de cliente.