



# Marketing Espiritual

Comunícate con alma y atrae la prosperidad

## Tu Cliente Ideal

# Tu Cliente Ideal

Saber quien es y cómo se comporta tu cliente ideal es clave para enfocar adecuadamente tu negocio. Podrás hablarle con su vocabulario y su tono, con la forma en la que se siente cómodo y crear así un entorno en el que sienta confianza para adquirir tus productos y/o servicios.

Además de poderle ofrecer lo que realmente necesita y de la manera que siente que lo necesita.

Por eso vamos a empezar con este tema, porque es altamente importante saber a quién queremos llegar con nuestra empresa.

Para describir a tu cliente ideal te voy a pedir que cierres los ojos y que te imagines delante de ti a la persona con la que te encantaría trabajar.

Esa persona con la que te sientes feliz, que le da sentido a tu proyecto.

Visualízala delante de ti como si le conocieras de toda la vida.

Ahora que ya la has visto, ves respondiendo las preguntas que te pongo a continuación:

## Las cosas básicas de tu Cliente Ideal:

- ¿Cómo se llama?
- ¿Es hombre o mujer?
- ¿Cuántos años tiene? ¿Dónde Nació?
- ¿Tiene herman@s? ¿Cuántos? ¿Qué edades tienen?  
¿Cómo relación tiene con ell@s?

# Tu Cliente Ideal

- ¿Cómo es la relación con sus padres?
- ¿Está casad@ o es solter@? ¿Cómo lleva su situación, es feliz?
- ¿Tiene hij@s? ¿De qué Edades?
- ¿Dónde vive? ¿En la ciudad o en el campo?  
¿En un piso o en una casa? Describe brevemente cómo es su hogar.
- ¿Tiene coche, moto, bicicleta...? ¿Cómo se transporta?

# Tu Cliente Ideal

- ¿De qué trabaja? ¿Le gusta su trabajo?
- ¿Cuanto dinero gana al mes?
- ¿Qué otros datos socio-demográficos te vienen en mente cuando piensas en tu cliente ideal?

Todos estos datos nos ayudan a dirigirnos a nuestro cliente ideal de forma que se sienta comprendid@.

# Tu Cliente Ideal

Una vez visto las cosas básicas de tu **cliente ideal** vamos a entrar en las aficiones y otros temas que nos acabarán de definir cuales son sus gustos.

Y gracias a saber qué le gusta y qué no le gusta sabremos qué podemos ofrecerle y qué no porque ya conoceremos mejor a nuestro cliente ideal.

## Aficiones y gustos de tu Cliente Ideal:

- ¿Qué hobbies tiene?
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- ¿Lee libros? ¿Qué tipo de libros lee? Si fueras a su biblioteca, ¿Qué te encontrarías?
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- ¿Le gustan las revistas? ¿Cuáles se compra?
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- Y, la TV, ¿Qué programas mira?

# Tu Cliente Ideal

- ¿Le gustan las películas? ¿De qué género? ¿cuál es su película preferida?
- ¿Qué personajes públicos son sus referentes?
- ¿Qué sitios webs visita? ¿Qué busca en ellos?
- ¿Qué más cosas podrías decir de las adiciones de tu cliente Ideal?

# Tu Cliente Ideal

Ahora que ya sabemos muchos detalles de nuestro cliente ideal vamos a descubrir cuales son sus miedos, sus frustraciones, sus deseos no cumplidos, sé sincero. Imagínate que tu eres tu cliente ideal y descríbelo con todo detalle emocional.

## Miedos, frustraciones y deseos no cumplidos de tu Cliente Ideal:

- ¿Qué le ronda en las noches por su cabeza? ¿Qué le quita el sueño?
- ¿De qué tiene miedo?
- ¿Cuáles son sus secretos más bien guardados?

# Tu Cliente Ideal

- ¿Qué es lo que no quiere contar a nadie porqué tiene miedo a fracasar?
- ¿En qué áreas de su vida siente que necesita ayuda?

Ahora vamos a ponerle a soñar, imagínate que estás tomando un té con tu cliente Ideal y que te confiesa sus inquietudes, sus anhelos y sus deseos más profundos.

Y Te lo cuenta todo a todo detalle.

## **Inquietudes, anhelos y deseos más profundos de tu Cliente Ideal:**

- ¿Qué es lo que siempre ha querido hacer?





# Tu Cliente Ideal

¡Perfecto! Ahora ya sabes a quien tienes que dirigirte y cuales son sus necesidades.

Con estos datos vamos a sacar mucha información útil para el desarrollo de tu empresa.

Lo primero de todo es que ya sabemos si es hombre o mujer y en que estrato social vive.

Esto nos permite saber el vocabulario que utiliza en su entorno social y por tanto, el vocabulario que debemos usar para que se sienta identificado en nuestro mensaje.

Lo segundo súper importante que tenemos son sus **puntos de dolor**.

Los puntos de dolor son sus necesidades, aquellas cosas que buscará fuera para satisfacerlas. Y estas necesidades que tiene nuestro cliente ideal es el producto que nosotr@s le ofreceremos.

Y por último sabemos los temas que le interesan y por tanto dónde encontrarle y de qué hablarle.

Saquémosle jugo a los datos que acabamos de descubrir de nuestro@ cliente ideal, vamos a poner de forma clara sus puntos de dolor:

## Enumera sus Puntos de Dolor:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- ...

Estos datos nos serán mu útiles para definir el siguiente paso que es el mensaje de marketing.

# Tu Cliente Ideal

Notas:



# Marketing Espiritual

*por Mundo Pránico*

Este documento es propiedad de Marketing Espiritual y ha sido diseñado para uso personal únicamente.

¡Gracias por entender y respetar nuestro trabajo!