NOMBRE

Use un nombre realista. No use nombres de compañeros de trabajo.

MARJORIE GALEZO

DESCRIPTOR

Que clase de persona es. Describa lo más representativo o algo diferenciador.

MADRE DE UN HIJO DE 18 AÑOS, COMUNICADORA SOCIAL Y EMPRENDEDORA,



CITAS

Capture la esencia de su personaje. Escriba uno o dos comentarios como si lo dijera directamente, no olvide la forma como lo diría.

ES UNA PERSONA INTROVERTIDA, MUY ANALITICA Y LE GUSTA APOYAR A LAS PERSONAS DE SU ENTORNO

¿QUIÉN ES?

Haga un bosquejo de los apectos personales, su edad, dónde vive, en qué trabaja, qué clase de persona es. Piense en una o más personas de esta segmentación.

PERSONA DE 54 AÑOS LE GUSTA CUIDAR MUCHO SU SALUD POR ESO NO CONSUME AZUCAR Y EVITA COMER ALIMENTOS QUE AFECTEN SU SALUD. DESDE HACE VARIOS AÑOS DECIDIO EMPRENDER Y EN ESTE MOMENTO TIENE UN EMPRENDIMIENTO DE PRODUCTOS DE ASEO PARA EL HOGAR Y DE CUIDADO PERSONAL

¿Qué metas tiene?

¿Cuál es su motivación principal? ¿Cuáles necesidades (latentes) y deseos tiene?

SU MOTIVACION ES SU HIJO Y POR EL QUIERE CRECER CON SU EMPRENDIMIENTO PARA PODER PAGARLE LA UNIVESIDAD.

ESTA BUSCANDO OPCIONES PARA POSICIONAR SU MARCA EN EL SECTOR DONDE VIVE

¿Qué actitud tiene?

¿Cuál es su punto de vista? ¿Qué expectativas, percepción de servicio, compañía o marca tiene? ¿Que lo motiva para navegar en internet, a una tienda, o a usar un servicio?

LE GUSTA VENDER POR WHATSAPP Y EN FERIAS SU EMPRENDIMIENTO SE LLAMA ESQUINA ESTRATEGICA DONDE COMERCIALIZA PRODUCTOS DE ASEO DEL HOGAR BIODEGRADABLES MARCA ONZA Y PRODUCTOS DE CUIDADO PERSONAL MARCA HINODE

EDUCATED GUESS

ASPIRATIONAL

¿Qué comportamiento tiene?

Jobs to be done

ACTUAL

¿Qué hace? Cuente historias sobre su comportamiento mientras usa el servicio, producto o página web. ¿Qué canales usa para las diferentes necesidades? (Internet, visitar páginas para comparar, su celular, redes sociales)
¿Qué le funciona bien? ¿Cuáles son sus frustraciones? ¿Qué le impide escoger una determinada función, servicio o producto?

CUIDA MUCHO DE SUS FINANZAS NO COMPRA PRODUCTOS MUY COSTOSOS

ANTES DE COMPRAR UN PRODUCTO HACE COMPARACIONES

LE GUSTA COMPRARLE A PERSONAS QUE CONOCE Y MAS SI SON EMPRENDEDORES

POR AHORA NO USA MUCHO LAS REDES SOCIALES, SOLO EL WHATSAPP

¿Cuáles son sus modas, estilos de pensamiento u otros indicadores que son aplicables a esta persona?

MANTIENE ACTUALIZADA SOBRE TODO LO QUE TIENE QUE VER CON SU NEGOCIO DE BISUTERIA

¿Qué tan importante son los beneficios funcionales, emocionales o expresivos?

MARJORIE VALORA MUCHO CUANDO LOS BENEFICIOS DE LOS PRODUCTOS ESTAN EVIDENTES EN LA ETIQUETA Y LA PRESENTACION ES RELEVANTE

¿Se demora en tomar la decisión? Diga por qué y cómo lo determina usted,

SE DEMORA MUCHO EN TOMAR DECISIONES PORQUE ES MUY ANALITICA Y SE LLENA DE EXCUSAS

¿Las decisiones la toma basada en los hechos o en las emociones? Diga por qué y cómo lo determina usted.

LAS DECISIONES LAS TOMA BASADA EN LAS EMOCIONES O POR COMENTARIOS DE TERCEROS

Funcional

PARA MARJORIE LA CALIDAD Y EL CUMPLIMIENTO ES MUY IMPORTANTE PARA HACER UNA SEGUNDA COMPRA

Emocional

NO LE GUSTA COMPRAR PRODUCTOS COSTOSOS

Social

ES UNA PERSONA MUY SOCIABLE, LEAL Y ESCOGE MUY BIEN SUS AMIGOS .

APOYA SUS AMIGOS Y ENTORNO



ACTUAL