

DEFINE A TU CLIENTE POTENCIAL

Antes de realizar ninguna estrategia tienes que conocer a tu cliente potencial. Responde a las siguientes preguntas:

¿Quién toma la decisión de compra en tus productos o servicios? (hombre, mujer, gerente de una empresa, director financiero...)

¿Qué rasgos característicos tiene esa persona? (cuánto más detallada y específica sea tu descripción, más te aproximarás a tu cliente potencial: sexo, edad, hobbies, personalidad, problemas que tiene en su día a día, motivadores de compra, sentimientos, emociones...)

¿Qué problemas o necesidades tiene y qué puede solucionar comprando tu producto/servicio?

¿Por qué compra tu producto o servicio?