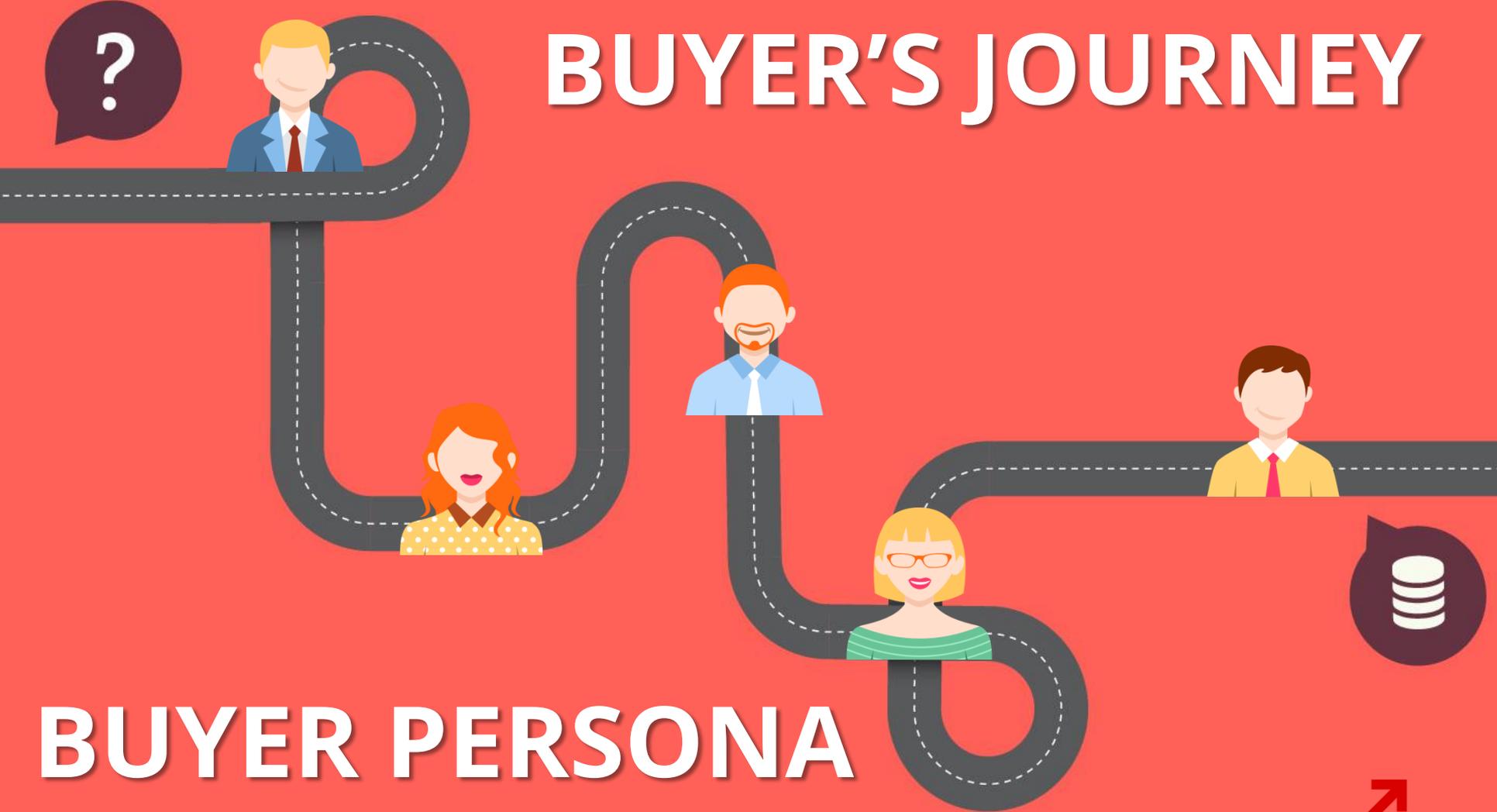


# BUYER'S JOURNEY



## BUYER PERSONA



**¿Qué es el Buyer  
Persona?**

# BUYER PERSONA

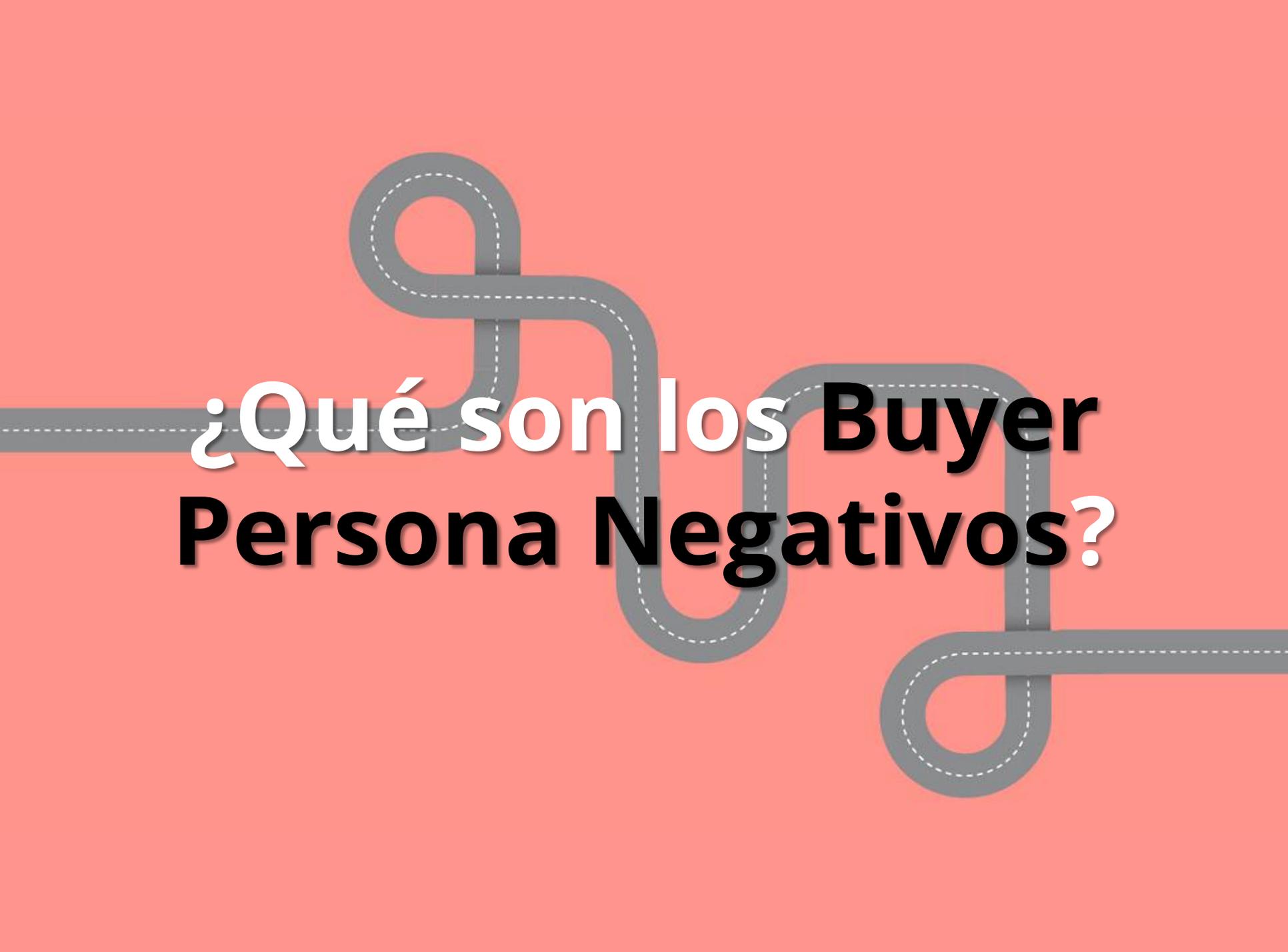
Es la representación del cliente ideal. Se basa en definir al cliente final a partir de sus datos demográficos, comportamiento, necesidades y motivaciones.





**¿Qué es el Buyer's  
Journey?**





**¿Qué son los Buyer  
Persona Negativos?**

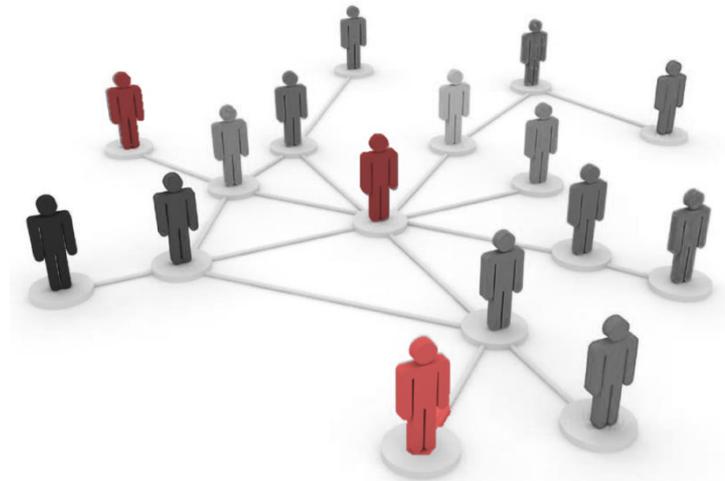
## BUYER PERSONA NEGATIVO

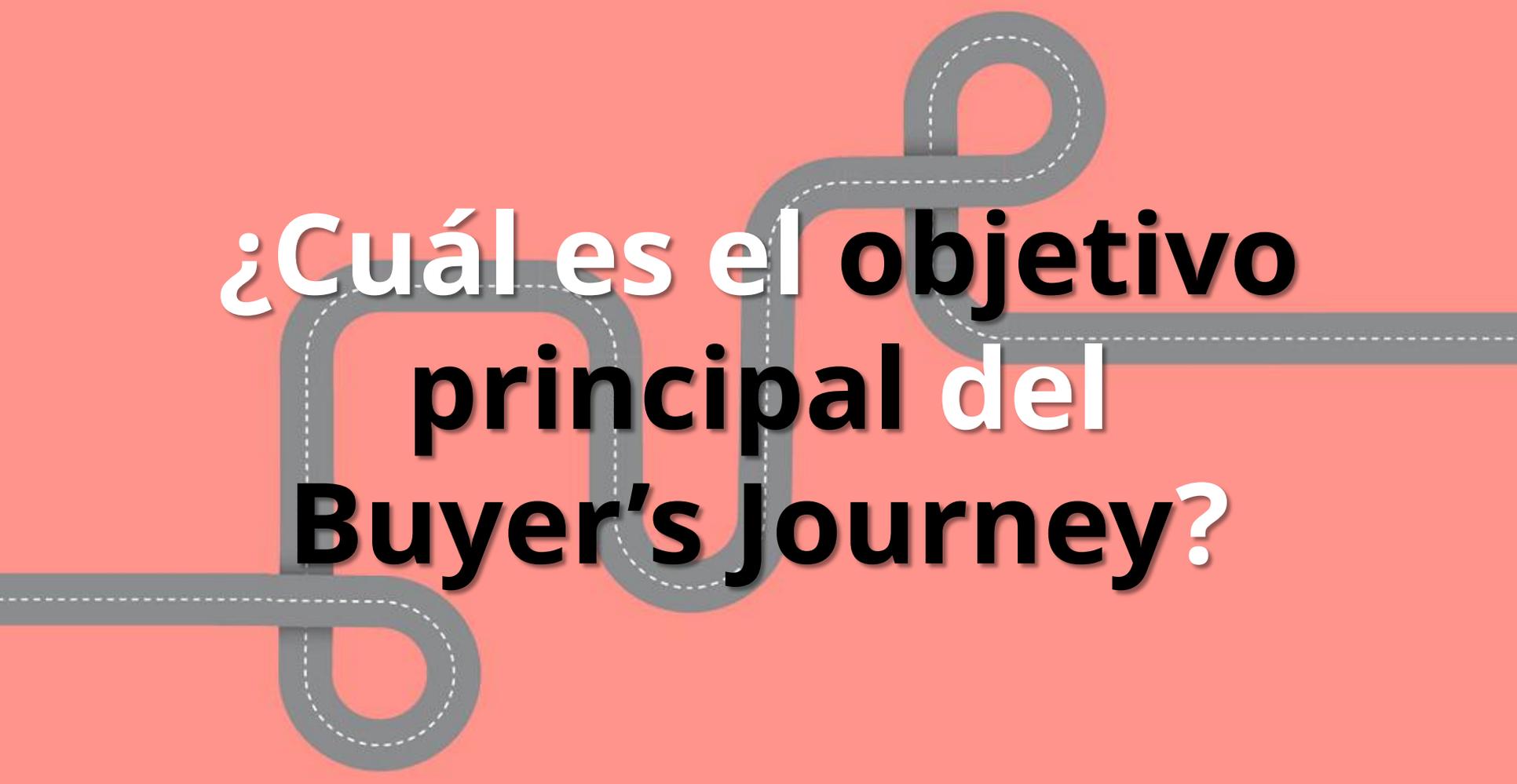
Es aquel que en realidad **no es cliente potencial** de tus productos o servicios pero que podría verse atraído por tus contenidos o campañas de marketing.



# IMPORTANCIA BUYER PERSONA NEGATIVO

El Buyer Persona negativo es importante para poder **detectar** y **excluir** a un cliente no potencial de las campañas.





**¿Cuál es el objetivo principal del Buyer's Journey?**





# PROCESO DEL BUYER'S JOURNEY

Este proceso se divide en **tres etapas** básicas:

DESCUBRIMIENTO (TOFU)



CONSIDERACIÓN (MOFU)



DECISIÓN (BOFU)



# DESCUBRIMIENTO

Tengo una necesidad  
(TOFU)

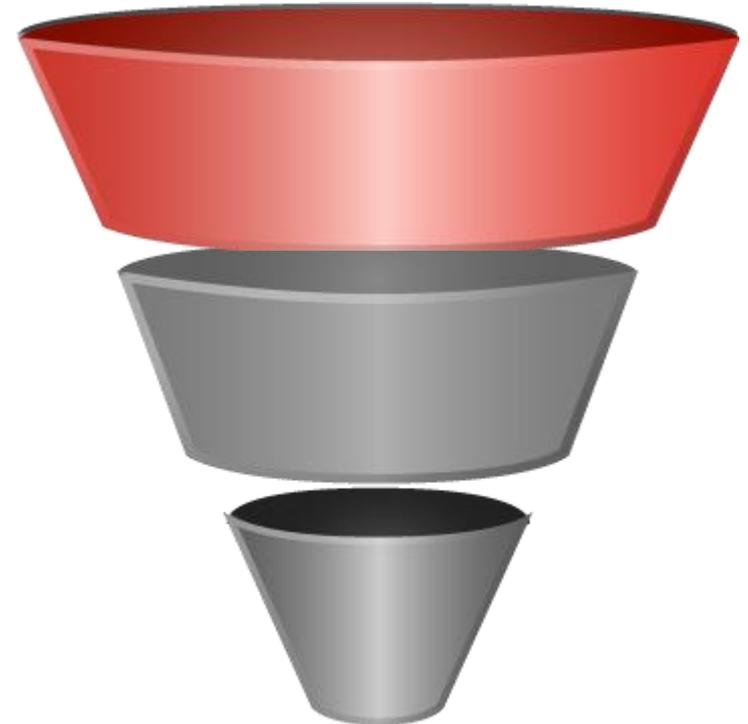
Es la fase inicial en la que se encuentra el buyer persona. En esta etapa el cliente potencial **descubre** que tiene una **necesidad**, y **busca información** para resolverla.



# TOP OF THE FUNNEL

## TOFU

El Top Of The Funnel es la primera etapa del embudo de compra (o conversión). Los **leads** en esta etapa todavía **no cualifican** y se limitan a buscar información de los productos.



# CONSIDERACIÓN

Qué opciones tengo  
(MOFU)

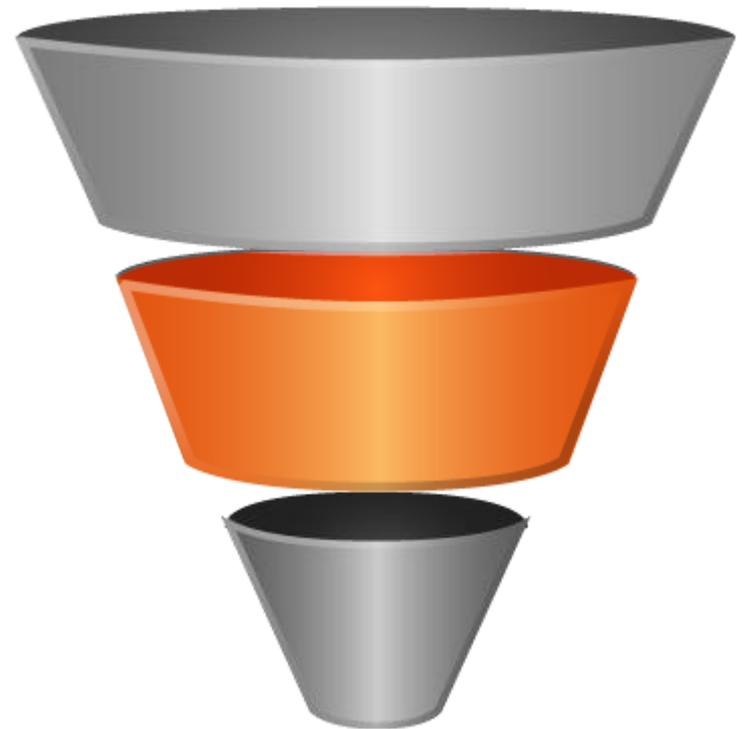
En esta fase el buyer persona empieza a **realizar búsquedas más concretas y evalúa las distintas alternativas.** Nuestra comunicación se centrará en las ventajas que aporta nuestra solución.



## MIDDLE OF THE FUNNEL

### MOFU

En el Middle Of The Funnel los **leads** ya están **parcialmente calificados** y podremos plantear acciones de marketing adaptadas a las necesidades de cada cliente potencial.



# DECISIÓN

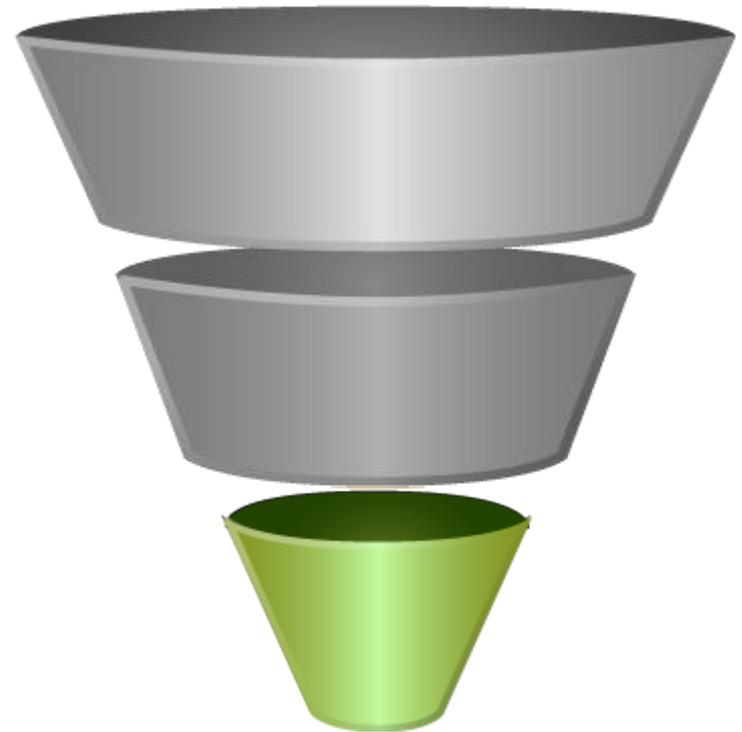
Escojo la mejor opción  
(BOFU)

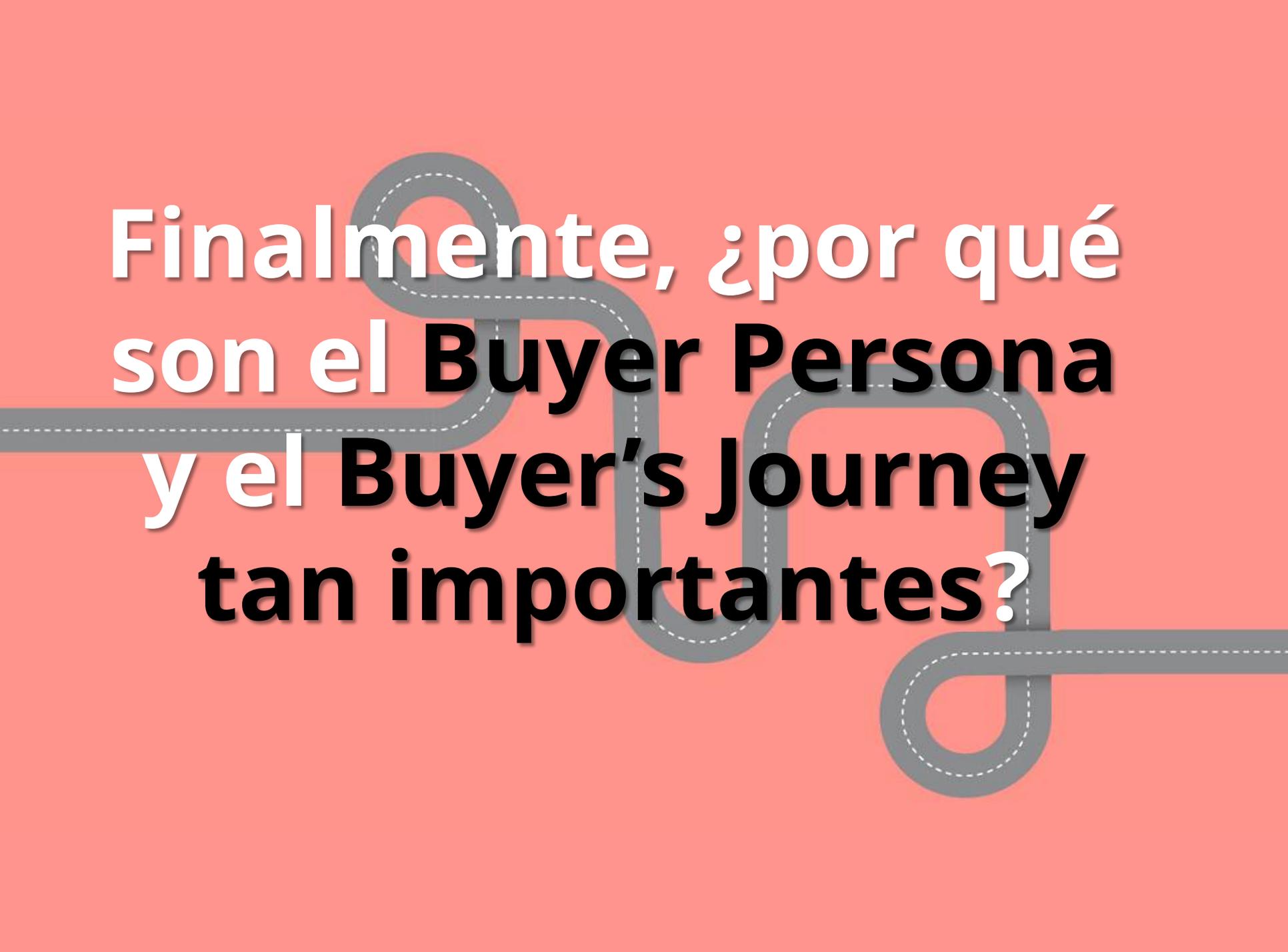
La fase final es la etapa más importante del proceso. En ella debemos **proporcionar** al lead una **solución a medida** que genere confianza para que nos acabe comprando.



## BOTTOM OF THE FUNNEL BOFU

El Bottom Of The Funnel es donde **se decide la compra**. En esta fase hay que tener en cuenta factores que valoran los clientes como la atención al cliente, las facilidades de compra, el nivel de personalización, etc.

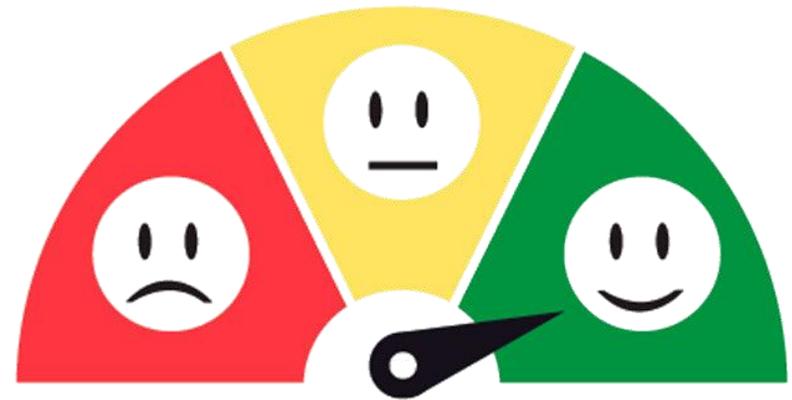




Finalmente, ¿por qué  
son el **Buyer Persona**  
y el **Buyer's Journey**  
tan importantes?

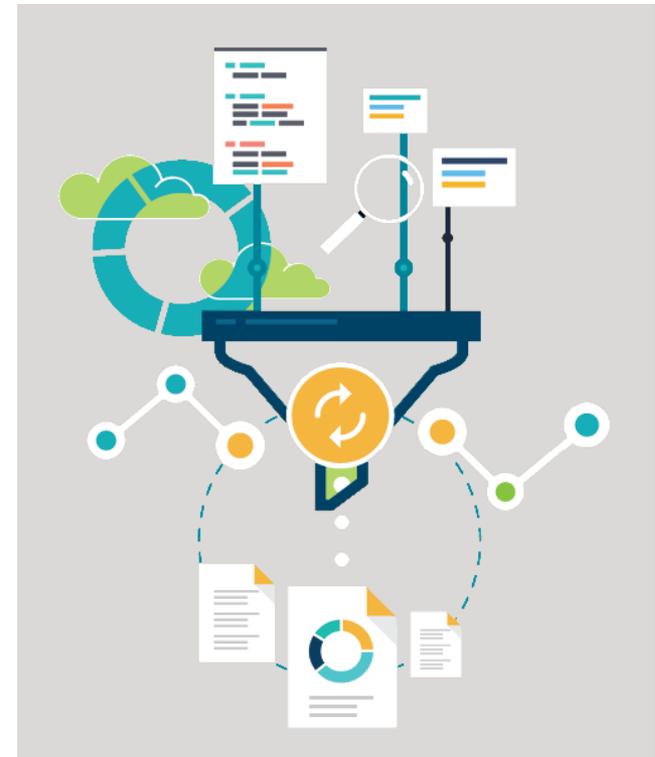
## IMPORTANCIA BUYER PERSONA

La figura de **Buyer Persona** ayuda a entender mejor a los clientes actuales y potenciales. Facilita la creación y planificación de contenidos relevantes y la definición de los servicios según las necesidades de cada perfil.



## IMPORTANCIA BUYER'S JOURNEY

El **Buyer's Journey** es un proceso imprescindible en una campaña exitosa de inbound marketing. Nos indica en qué fase se encuentra el Buyer Persona, para ofrecerle contenido más personalizado.





[www.mrktic.org](http://www.mrktic.org)



(+34) 930 102 133



[info@mrktic.org](mailto:info@mrktic.org)

**mrktic**  
Marketing Automático