

Plantilla de buyer persona

Completa solo los apartados que ayudan a tomar decisiones. Diferencia una hipótesis de un hallazgo investigado. No incluyas datos personales de entrevistados.

01. Situación del comprador

NOMBRE FICTICIO <i>Ej.: Marina · Compras técnicas</i>	SEGMENTO <i>Sector, negocio, tipo de compra</i>
CONTEXTO / RESPONSABILIDAD <i>¿Qué está intentando resolver?</i>	DESENCADENANTE <i>¿Qué ocurrió para empezar a buscar?</i>

02. Motivaciones y frenos

TRABAJO PRINCIPAL / JTBD <i>Necesita... en esta situación... para...</i>	OBJETIVO DE ÉXITO <i>Resultado medible o cambio esperado</i>
PROBLEMAS / RIESGOS <i>Tiempo, integración, incertidumbre...</i>	ALTERNATIVAS VALORADAS <i>Competidores, solución interna o inacción</i>
OBJECIONES <i>Qué puede impedir la elección</i>	CRITERIOS DE DECISIÓN <i>Qué necesita comprobar antes de comprar</i>

03. Activación de marketing

CANALES Y BÚSQUEDA <i>Dónde pregunta y qué compara</i>	QUIÉN DECIDE / INFLUYE <i>Rol comprador, usuario, aprobador</i>
ACCIÓN A IMPLEMENTAR <i>Landing, anuncio, ficha, contenido, oferta...</i>	MÉTRICA A OBSERVAR <i>Leads válidos, CVR, demo, activación...</i>

Estado del perfil: ☐ Hipótesis ☐ Hallazgos cualitativos ☐ Varias fuentes contrastadas

Registro de evidencias

Anota el origen de cada afirmación. Una entrevista ayuda a entender motivos, pero no sirve por sí sola para estimar porcentajes del mercado.

01. La hipótesis que queremos comprobar

Ej.: los compradores industriales priorizan disponibilidad frente a ahorro.

02. Cómo se va a comprobar

Entrevistas de compra pasada + motivos de pérdida en CRM + consultas técnicas.

03. Hallazgos obtenidos

Patrones coincidentes y contradictorios con fecha y fuente (sin datos personales).

04. Qué puede refutar la hipótesis

Alternativas que se compran por otros motivos o sin urgencia.

05. Qué decisión cambiará

Información en fichas, argumentario y pruebas comerciales.

06. Métrica de seguimiento

Consultas pertinentes, etapas comerciales, tasa de conversión.

15 preguntas para investigar

Pide que expliquen un episodio concreto. Evita vender tu producto, formular preguntas sesgadas o pedir predicciones poco fiables.

Antes de buscar

01. Cuéntame la última vez que tuviste este problema.
02. ¿Qué sucedía en aquel momento?
03. ¿Qué querías conseguir y por qué entonces?
04. ¿Cómo lo resolvías hasta ese momento?
05. ¿Qué provocó que empezaras a considerar un cambio?

Durante la búsqueda

06. ¿Dónde buscaste información por primera vez?
07. ¿Qué alternativas valoraste, incluida no comprar?
08. ¿Qué información te faltaba para avanzar?
09. ¿Quién influyó o participó en la decisión?
10. ¿Qué criterio resultó más importante y por qué?

Después de decidir

11. ¿Qué te llevó a elegir esa solución?
12. ¿Qué pudo impedirte comprar?
13. ¿Qué esfuerzo tuvo empezar a utilizarla?
14. ¿Qué ha funcionado y qué sigue sin resolverse?
15. Si lo hicieras otra vez, ¿qué cambiarías?

Tras la conversación: sintetiza situación → acción → motivo declarado → resultado. Registra fuentes y fecha. Contrasta relatos con comportamiento cuando sea posible.