

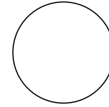
## El cliente ideal de tu marca es...

1

Requisitos indispensables

- Reconoce que tiene el problema que tu marca soluciona.
- Está dispuesto y puede invertir en la solución que ofreces.

Dibujo (emoticono del problema)



2

Nombre (su rol o empleo) \_\_\_\_\_  
Ejemplo: educador, familia, emprendedor...

Apellidos (especifica más el nicho) \_\_\_\_\_  
Ejemplo: educador de educación infantil, familias con niños, emprendedor creativo...

3

Necesidades funcionales ¿qué busca? = Características del producto o servicio que vendes

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

4

Aspiraciones \_\_\_\_\_  
Ejemplos para elegir 3: belleza, conocimiento, excelencia, familia, amor, felicidad, innovación, libertad, tiempo, salud, seguridad, solidaridad

5

Frustraciones emocionales ¿qué siente? → Beneficios de lo que vendes ¿qué desea sentir?

- |           |         |
|-----------|---------|
| ● _____ → | ● _____ |
| ● _____ → | ● _____ |
| ● _____ → | ● _____ |

**olé tu marca**

**lanzamiento 1** 

Dale menos vueltas y más estrategia a la comunicación de tu marca. La respuesta perfecta no existe, irá evolucionando:

50 % Definir a tu cliente ideal relleno este mapa mental en papel. Si ya tienes clientes, saca las respuestas de sus testimonios.

50 % Lanzarte con un plan para ver al nuevo cliente real que atraes. Así podrás revisar y seguir perfeccionando tu comunicación.

Para aconsejarte, envíame una foto del mapa mental relleno a [nuria@oletumarca.com](mailto:nuria@oletumarca.com)

### Borrador

Escribe en este espacio todas las ideas desordenadas y dudas que te surjan al definir a tu cliente ideal.

# EJEMPLO PRÁCTICO DE @MENTE\_SENCILLA

**El cliente ideal de tu marca es...**

1

Requisitos indispensables Dibujo (emoticono del problema)

- Reconoce que tiene el problema que tu marca soluciona.
- Está dispuesto y puede invertir en la solución que ofreces.

2 **(Tornado)**

Nombre (su rol o empleo) \_\_\_\_\_  
Ejemplo: educador, familia, emprendedor...

Apellidos (especifica más el nicho) \_\_\_\_\_  
Ejemplo: educador de educación infantil, familias con niños, emprendedor creativo...

3

Necesidades funcionales ¿qué busca? = Características del producto o servicio que vendes

- **Busca orden en su vida. No logra tener una casa ordenada = al simplificar las cosas es mucho más fácil**
- ~~Disfrutar más = al saber lo importante para cada uno y vengarse en esas cosas desecha~~
- ~~lo que sobra será capaz de disfrutar más de la vida~~

4 **Felicidad, tiempo y libertad**

Aspiraciones \_\_\_\_\_  
Ejemplos para elegir 3: belleza, conocimiento, excelencia, familia, amor, felicidad, innovación, libertad, tiempo, salud, seguridad, solidaridad

5

Frustraciones emocionales ¿qué siente? →	Beneficios de lo que vendes ¿qué desea sentir?
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Desorden</b> →</li> <li>● <b>Agobio</b> →</li> <li>● <b>Estrés</b> →</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Orden</b> _____</li> <li>● <b>Disfrute</b> _____</li> <li>● <b>Paz</b> _____</li> </ul>

**olé tu marca**

**lanzamiento 1⊕1**

Dale menos vueltas y más estrategia a la comunicación de tu marca. La respuesta perfecta no existe, irá evolucionando:

50 % Definir a tu cliente ideal rellenando este mapa mental en papel. Si ya tienes clientes, saca las respuestas de sus testimonios.

50 % Lanzarte con un plan para ver al nuevo cliente real que atraes. Así podrás revisar y seguir perfeccionando tu comunicación.

Para aconsejarte, envíame una foto del mapa mental rellenado a [nuria@oletumarca.com](mailto:nuria@oletumarca.com)

## Borrador

Escribe en este espacio todas las ideas desordenadas y dudas que te surjan al definir a tu cliente ideal.

**Siempre había pensado en una mujer con una vida desordenada, pero al preguntar sobre su rol no lo sé. No sé si es soltera, casada, con hijos...**

## EJEMPLO PRÁCTICO: RESPUESTA CON CONSEJOS

El cliente ideal de @mente\_sencilla es...

1

Requisitos indispensables

Dibujo (emoticono del problema)

- ✓ Reconoce que tiene el problema que tu marca soluciona.
- ✓ Está dispuesto y puede invertir en la solución que ofreces.



2

Nombre (su rol o empleo) Mujer (soltera, casada o madre)

Ejemplo: educador, familia, emprendedor...

Apellidos (especifica más el nicho) desorganizada

Ejemplo: educador de educación infantil, familias con niños, emprendedor creativo...

3

Necesidades funcionales ¿qué busca? = Características del producto o servicio que vendes

- Ordenar su casa a través del minimalismo para mejorar su vida.
- Simplificar y desechar las cosas que le sobran.
- Tener un armario minimalista, cápsula, donde todo le encante.

4

Aspiraciones: Felicidad, tiempo y libertad

Ejemplos para elegir 3: belleza, conocimiento, excelencia, familia, amor, felicidad, innovación, libertad, tiempo, salud, seguridad, solidaridad

5

Frustraciones emocionales ¿qué siente?

- Desorden
- Agobio, estrés
- Miedo a tirar, “el por si acaso”

→

Beneficios de lo que vendes ¿qué desea sentir?

- Orden, claridad
- Disfrutar, felicidad
- Paz

**olé tu marca**      **lanzamiento 1@1**

Hola Natalia,

Gracias por aceptar el reto y definir a tu cliente ideal en este mapa mental.

En tu página web he visto la asesoría “Minimizo mi armario”, así que la he tenido en cuenta para enfocar sus necesidades funcionales y que conecte más con lo que vendes. Te propongo reflexionar con estas 2 preguntas:

¿Tu imagen de marca emociona? Observa tus fotografías, textos, colores... en las redes sociales y en la página web y analiza si transmiten lo que desea sentir tu cliente: orden, felicidad y paz.

¿Los contenidos que publicas hablan de las necesidades funcionales y las frustraciones emocionales de tu cliente?

Si quieres, puedo ayudarte a aclarar todas las dudas que te surgen al intentar comunicar con tu marca y [diseñar tu lanzamiento 1 a 1](#), para conectar con tu cliente ideal.

Reserva tu plaza en mi web o escríbeme a [nuria@oletumarca.com](mailto:nuria@oletumarca.com)