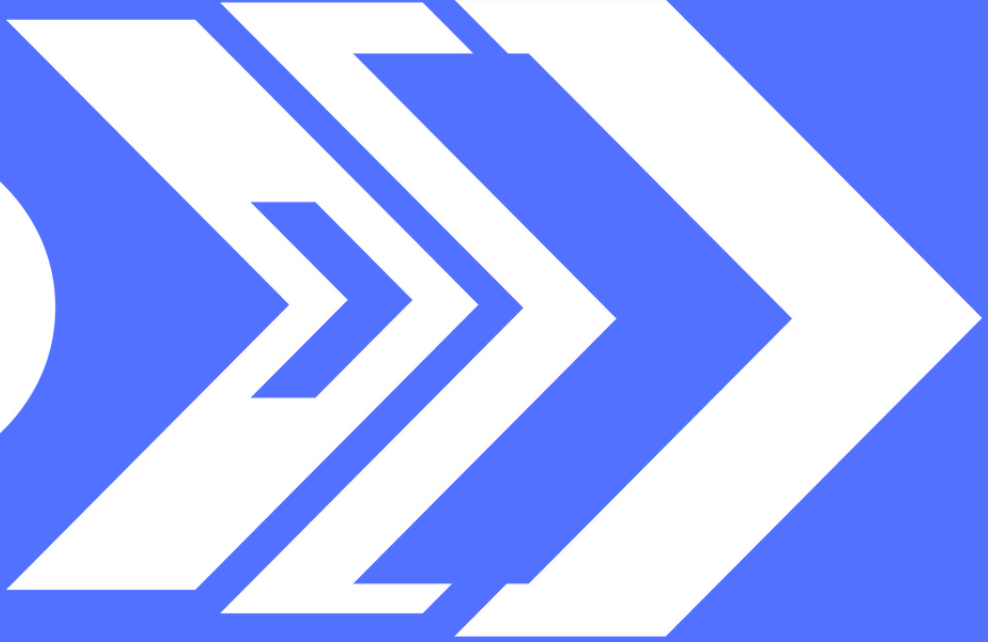


CX
GO 

Arquetipo de Cliente

**Conocer, humanizar y
empatizar** las relaciones
con los clientes.

Arquetipo de cliente

Contenido

Antes de clientes **somos personas.**
Herramientas para conocer a un cliente.

¿Qué es un **Arquetipo de Cliente?**
Objetivo de un Arquetipo de Cliente.

Principales **usos.**

Anatomía de un Arquetipo.

Consideraciones para su construcción.



Antes de **clientes** somos **personas**

Cualquier proyecto o iniciativa que pretenda mejorar o impactar en las empresas, siempre parte del cliente, pero **antes de ser clientes todos somos personas.**

Por años, las empresas han clasificado a sus clientes mediante una segmentación de mercado para ofrecer productos y servicios adecuados para sus necesidades, dolores, gustos e intereses.

Actualmente ya no es suficiente una segmentación, es necesario conocer más, es momento de entender con profundidad a nuestros clientes para humanizar y empatizar, con **relaciones más sólidas** que permitan trascender en su experiencia con las empresas.



Los arquetipos de cliente tienen como base la metodología Design Thinking, por ello se enfocan completamente en las personas y se crean a partir de la perspectiva del cliente.

El reto de las organizaciones, es construir arquetipos que se vuelvan realmente una **fuentes de información y consulta** relevante para el diseño de cualquier estrategia que pretenda mejorar la experiencia de cliente.

Entender **cómo se mueven nuestros clientes** en el mundo real de una forma mas empática y humana.



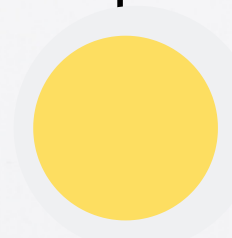
Herramientas para conocer a un cliente

Segmentación de mercado



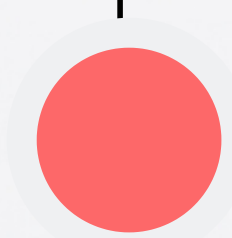
Investigar, conocer y ubicar.

Arquetipo de Cliente



Definir, humanizar y personalizar.

Mapa de **Empatía**



Empatizar y entender.

Arquetipo de cliente

Experiencia de cliente
centrada en
personas

¿Qué es un Arquetipo de Cliente?

Es una herramienta para el **diseño, construcción y gestión de un perfil o modelo de cliente** a partir de sus características, valores, estilo de vida, hábitos de compra, motivaciones, gustos e intereses con un enfoque en la experiencia de cliente.

Un arquetipo no es un cliente específico, es una **representación visual** que muestra un grupo de clientes con patrones de comportamiento, consumo y conducta similares durante su experiencia con la organización a través de un solo perfil.

Objetivo:

- Representar
- Agrupar
- Conectar
- Humanizar
- Empatizar
- Entender

Principales Usos

Identificar, clasificar, organizar y gestionar la **información** de nuestros clientes.

Crear **productos** y desarrollar **servicios**.

Diseñar experiencias y viajes de compra únicos para cada uno de los perfiles de clientes.

Desarrollar estrategias de **comunicación adecuadas**.

Enfocar los **recursos y esfuerzos** de la organización en estrategias más puntuales.

Crear una estrategia de **contenido de valor** relevante para cada grupo de clientes.



Anatomía

¿Qué información
integra a un
Arquetipo de
Cliente?

¿Quién es?

Nombre
Edad
Genero
Estado civil
Ocupación
Vive en:
Datos profesionales:
Estudios
Situación familiar

¿Cómo es?

Valores
Creencias
Personalidad
Estilo de vida
Gustos e intereses
Hobbies
Pasatiempos
Circulo social

¿Qué hace?

Compras
Comportamiento
Hábitos
Frecuencia
Preferencias
Tecnología
Medios de información
Mundo digital

¿Qué lo mueve?

Necesidades
Objetivos
Motivaciones
Aspiraciones
Expectativas
Retos
Preocupaciones
Problemas
Dolores

● Consideraciones

Para construir un **Arquetipo** de Cliente

Partir de un **objetivo**

Antes de iniciar es necesario establecer un propósito claro, específico y alcanzable para trazar el rumbo a seguir y garantizar el enfoque durante todo el proceso de construcción y diseño de arquetipos.

Tener un **número** ideal

No existe un número definitivo de arquetipos, todo dependerá de las características y naturaleza del negocio. Un número reducido hace posible adaptar las estrategias de la organización para ofrecer una experiencia memorable que se adapte a cada grupo de clientes.

Diseñar a la medida

La adaptabilidad de la herramienta ofrece un contenido de acuerdo a las características, necesidades y requerimientos de la organización., Es muy importante establecer los atributos que lo conforman y seleccionar información adecuada en cada uno de ellos.



● Consideraciones

Para construir un
Arquetipo de
Cliente

Evitar información **innecesaria**

Contar con únicamente aquella información de valor, para evitar el riesgo de perderse en datos que no tienen relevancia para el desarrollo de las estrategias que estamos buscando implementar.

Ser **constante**

El diseño y construcción de arquetipos implica un seguimiento permanente para ajustar, modificar y perfeccionar los perfiles de cada uno de ellos a través del tiempo.

Ser **dinámico**

Un arquetipo de cliente se encuentra en constante movimiento, crece conforme evoluciona el proyecto y requiere enriquecer y fortalecer los perfiles con información de valor para la estrategia.



#SOMOSCXGO

Relaciones más **cercanas, humanas y empáticas** con los clientes.