

## NOMBRE

Use un nombre realista. No utilice el nombre de sus compañeros.

## DESCRIPTOR

De qué clase de persona se trata. Describa su elemento diferenciador más prominente.

## CITA

Capture la esencia de una o dos frases que pueden salir de la boca de esta persona.



## ¿DE QUIÉN SE TRATA?

Esboce el perfil personal, la edad, ubicación, área de trabajo, ¿Qué clase de persona es? Piense en una o más personas representativas de este segmento.



## ¿CUÁLES METAS?

¿Cuál es el elemento motivacional más importante? ¿Cuáles son las necesidades y deseos (latentes)?



## ¿CUÁL ES LA ACTITUD?

¿Cuál es el punto de vista? ¿Cuáles son las expectativas, percepciones sobre el servicio, la compañía o la marca? ¿Qué motiva a esta persona a visitar el sitio web, a ir a la tienda, a usar el servicio?



## ¿CUÁL COMPORTAMIENTO?

¿Qué hace esta persona? Cuente historias sobre su comportamiento mientras utiliza el servicio, el producto o el sitio web. Piense en diversos canales para distintas necesidades (Internet, visitar sitios similares, dispositivos móviles, medios sociales). ¿Qué funciona bien, cuáles son las frustraciones, qué detiene a esta persona para elegir una función, servicio o producto?

¿Cuáles tendencias, formas de pensar u otros indicadores se pueden aplicar a esta persona?

¿Qué tan importantes son los beneficios funcionales, emocionales y expresivos?

¿Se trata de alguien que toma decisiones rápida o lentamente?

¿Por qué? ¿Cómo es que usted puede afirmar eso?



Spanish translation: Carolina Flores-Hine