

"Cómo saber quién es tu cliente ideal en sólo dos pasos"

Si estás en este reto es porque quieres crecer con tu negocio digital y atraer a más y mejores clientes.

Y hoy te traigo un ejercicio muy sencillo, pero muy potente: descubrir quién es tu cliente ideal... y quién no lo es.

1: Error

Muchas veces nos enfocamos en lo que *nosotros hacemos*, en lugar de en *a quién realmente podemos ayudar*.

Y eso es un problema, porque si no tienes claro quién es tu cliente ideal, acabas hablando al aire. Y claro, no vendes.

2: Método en 2 pasos que si o si tienen que darse (con uno solo no vale)

Te lo voy a resumir así de fácil:

◆ Tu cliente ideal es la persona que:

1. Sabe que tiene el problema que tú resuelves.

2. Tiene el dinero o está dispuesta a invertir en solucionarlo.

👉 Si tiene el problema, pero no es consciente, no te va a comprar.

👉 Si lo sabe, pero no le duele lo suficiente o no tiene recursos, tampoco es tu cliente ahora mismo.

3: Ej de Zara

Piensa en Zara.

Zara no vende a todo el mundo. Sus clientes son personas que quieren vestir bien, sin gastarse una fortuna, pero que tampoco quieren ir en pareo a una boda ni llevar un modelo super exclusivo

Tienen un nivel mínimo de exigencia y un presupuesto razonable.

Si no te importa la ropa o no puedes gastar mínimo 50€ en rebajas en un traje, Zara no es para ti. Así de claro.

4: Mis clientes

En mi caso, yo trabajo con emprendedores que tienen un negocio, que ya ofrecen un producto, servicio o formación...
y quieren usar internet para conseguir clientes y mejorar su facturación.

No importa si el servicio final es físico —puede ser un arquitecto, un dentista o una tienda de juguetes eróticos—.
Lo importante es que entiendan que el canal digital es clave para atraer clientes.

👉 Cuando conozco a alguien que cree que todo es gratis, que vender es cuestión de suerte o que los clientes llegan por arte de magia...yo ya sé que no es mi cliente y me permite descartar rápidamente, porque sé que no le voy a poder ayudar.

5: Ahora te toca a ti.

👉 Haz este ejercicio: escribe quién es tu cliente ideal en una frase que incluya estos dos puntos:

“Mi cliente ideal es [persona con un problema concreto] que sabe que lo tiene y está dispuesto a invertir en solucionarlo.”

Y si quieres ir un paso más allá, dime también quién no es tu cliente.

Porque cuando lo tienes claro, es mucho más fácil atraer a los que sí.

Acción:

👉 *¡Empieza el RETO!*👉

Te recomendamos que veas el vídeo para tener un buen contexto y puedas hacer el ejercicio de manera más sencilla. Después, responde, y consigue tu primera ✨

👉 *Escribe quién es tu cliente ideal en una frase siguiendo esta estructura:*

“Mi cliente ideal es [persona con un problema concreto] que sabe que lo tiene y está dispuesto a invertir en solucionarlo.”

👉 Bonus: Y si quieres ir un paso más allá, dime también *quién no es tu cliente*.

Porque cuando lo tienes claro, es mucho más fácil atraer a los que sí.

Ejemplos adicionales

📌 Un copywriter especializado en cartas de venta.

✅ Su cliente ideal no es 'cualquiera que necesite escribir'.

Es un negocio o profesional que ya está vendiendo, que entiende el poder de las palabras para convertir, y que está dispuesto a invertir en una carta que venda por él las 24 horas del día.

❌ No es su cliente alguien que cree que escribir es solo poner bonito lo que ya piensa.

📌 Un terapeuta especializado en motivar equipos de trabajo.

✅ Su cliente ideal podría ser una empresa mediana con problemas de rotación, mal ambiente o baja productividad.

Una empresa que reconoce que el problema está en el equipo y busca apoyo profesional.

❌ No es su cliente una empresa que cree que la motivación se resuelve con un curso de yoga o una frase en la pared.