

inteligencia

Cientes

Captación de clientes

www.inteligencia.eu @inteligencia1

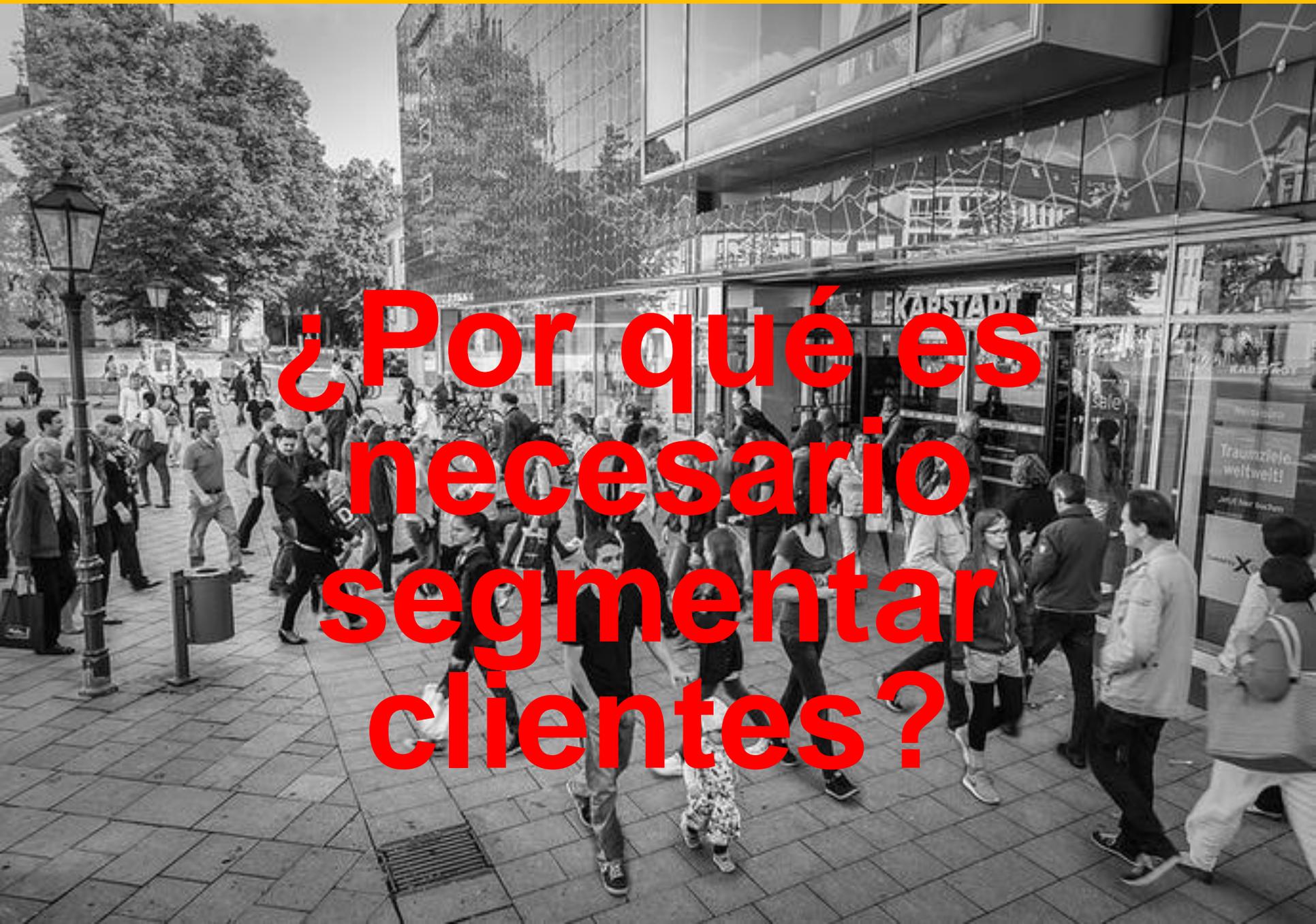


El arquetipo de cliente

Definición del arquetipo de cliente

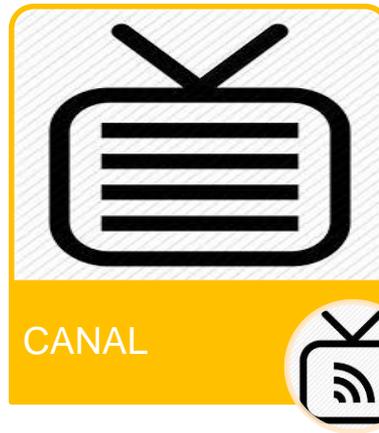
- Distinguímos entre clientes y usuarios, el cliente es quien paga por nuestro producto y el usuario no.
 - Ojo , en negocios multiplataforma ambos segmentos son necesarios por ello se requiere dos modelos de negocio distintos pero simultáneos





**¿Por qué es
necesario
segmentar
clientes?**

¿Por qué es necesario segmentar los clientes?



¿Qué problemas tienen?

¿Que desafío tiene? , ¿Qué le frustra? ¿A que obstáculos se enfrenta? ¿Qué riesgos y miedos tiene?



Canal ¿Como de accesible son?

No es igual de sencillo , acceder a un consumidor final que a un alto ejecutivo de empresa o a un agente de desarrollo local de un ayuntamiento.

A unos podemos contactar con ellos , en horas , a otros en días , a otros en semanas y a lo mejor a otros en meses

Por lo tanto los canales de comunicación pueden variar de un segmento a otro.

Cuanto mas accesible mejor



¿Que capacidad de pago tienen? CP

La capacidad de compra , influye en nuestro modelo negocio (producto) no todos los clientes van a poder pagar de la misma forma por nuestros productos o servicios.

Cuanto mas capacidad de compra mejor





Variables de segmentación

Variables de segmentación



¿A que se dedican?

No es lo mismo dirigirse a:

- *Un estudiante*
- *Una persona que esta trabajando*
- *Una persona que no encuentra empleo*
- *Un jubilado*

Tampoco es lo mismo:

- *Un autónomo*
- *Una gran empresa*
- *Una institución publica*



Sexo y Edad

Si consideramos que el **sexo o la edad** influyen a la hora de tener problemas distintos , canal o capacidad de compra distinto , deberíamos incluirla en nuestros criterios de identificación de clientes.



¿Donde están?

Si el factor geográfico influyen en el problema, canal o capacidad de compra , habría que incluir esta variable.

Además que cuanto mas extenso sea nuestro ámbito de actuación , mas grande será el mercado potencial pero también los recursos promocionales serán mayores



Definir tipos de clientes

A black and white photograph of a busy city street. In the foreground, a large crowd of diverse people is walking across a paved sidewalk. Some are carrying bags, and a small child is being held. In the background, a modern building with a glass facade and a sign that reads 'KARSTADT' is visible. The scene is captured from a low angle, emphasizing the density of the pedestrian traffic. Overlaid on the center of the image is the text 'Definir tipos de clientes' in a large, bold, red font.

Por lo tanto ¿Influye la dedicación para que tengamos distintos....?

Dedicación

Problema

Canal

Capacidad de compra

Por lo tanto ¿Influye la **sexo** para que tengamos distintos....?

Sexo

Problema

Canal

Capacidad de compra

Por lo tanto ¿Influye la edad para que tengamos distintos....?

Edad

Problema

Canal

Capacidad de compra

Por lo tanto ¿Influye la localización para que tengamos distintos....?

Localización

Problema

Canal

Capacidad de compra

Por lo tanto ...¿Influyepara que tengamos distintos....?

Dedicación

Problema

Canal

Capacidad de compra

Sexo

Problema

Canal

Capacidad de compra

Edad

Problema

Canal

Capacidad de compra

Localización

Problema

Canal

Capacidad de compra



¿Cuántos hay?

Es imprescindible estimar el tamaño de mercado para poder conocer la viabilidad de nuestro negocio, si no tenemos un número importante de clientes potenciales acorde a nuestros objetivos deberíamos plantearnos cambios



Como estimar el tamaño de mercado objetivo TOM

El ejemplo de **Enrico Fermi** , una App para afinar pianos , para afinadores de piano en España:

- Hay 40 millones de personas viviendo en España .
- En promedio, viven 4 personas en cada casa.
- Por lo tanto tenemos 10 millones de hogares
- Solo las familias de renta media , media alta , y España son el 50% , por lo tanto , nos quedan 5 millones de hogares
- Y solo el 5% de estos hogares lo afinan al menos una vez al año
- Por lo tanto nos quedan 250,000 hogares , 250,000 afinaciones al año.

Como estimar el tamaño de mercado objetivo TOM

Sigamos con el ejemplo

- Partimos de la estimación que hay 250,000 afinaciones al año en España
- ¿Cuántos afinadores de pianos hay en España?
- Un afinador trabaja 40 horas a la semana
- Cada afinación (trabajo y desplazamiento) , 2 horas
- Un afinador afina a la semana (como máximo) 20 pianos
- Al año , unos 1000 pianos
- $250,000/1000 = 250$ afinadores ☹

Otros métodos de estimación

En entornos donde nuestro cliente es autónomo o empresa podemos obtener los datos de facturación de empresas como [einforma](#) o [axexor](#), [google](#) o [Facebook](#)





**¿Por donde
empezamos?**

Priorizar los segmentos de clientes

Es bastante típico que nos hayan aparecido varios segmentos de clientes .

Es recomendable , empezar el modelo de negocio por un segmento

¿Por cual empiezo?



Matriz de oportunidad

Segmento	Tamaño	Acceso	Capacidad de pago	RESULTADO
S1				
S2				
S3				

TOM

- 1 - 0 y 1k
- 2 - 1k y 10k
- 3 - 10 y 100k

ACC

- 3 Horas
- 2 Días
- 1 Semanas

CP

- 1 si es entre 0 y 10€
- 2 si es entre 10€ y 100€
- 3 si es entre 100€ y 1000€

Matriz de oportunidad

Segmento	Tamaño	Acceso	Capacidad de pago	RESULTADO
S1	2	1	3	
S2	2	2	3	
S3	1	1	2	

Empezaremos a dar valores con respecto a los segmentos de clientes identificados en una tabla con los factores anteriores descritos, una vez hecho esto, multiplicaremos todos los valores y obtendremos unos resultados.

Matriz de oportunidad

Segmento	Tamaño	Acceso	Capacidad de pago	RESULTADO
S1	2	1	3	6
S2	2	2	3	12
S3	1	1	2	2

Finalmente el segmento con una mayor puntuación será el más indicado para comenzar a realizar pruebas, experimentos, entrevistas..... digamos que es el segmento de clientes que nos da mayor oportunidad de negocio. (matriz de oportunidad)

Gracias