
BUYER PERSONA 1

1.- Datos demográficos:

Edad: 55-65

Sexo: hombres y mujeres

Ubicación: Zona metropolitana aproximadamente a 5 O 10 km de ubicación de oficinas

Guadalajara	BARRANQUITAS
Guadalajara	CHAPALITA
Guadalajara	COLINAS DE LA NORMAL
Guadalajara	INDEPENDENCIA
Guadalajara	JARDINES ALCALDE
Guadalajara	JARDINES DEL COUNTRY
Guadalajara	MONUMENTAL
Guadalajara	VILLASEÑOR
Zapopan	CD BUGAMBILIAS
Zapopan	CIUDAD DEL SOL
Zapopan	CIUDAD GRANJA
Zapopan	EL COLLI URBANO
Zapopan	JARDINES DEL SOL
Zapopan	JARDINES DEL VALLE
Zapopan	LA CALMA
Zapopan	LA ESTANCIA
Zapopan	LAS AGUILAS
Zapopan	LAS ARBOLEDAS
Zapopan	LOMA BONITA
Zapopan	LOMAS DE ZAPOPAN
Zapopan	PASEOS DEL SOL
Zapopan	PINAR DE LA CALMA
Zapopan	TABACHINES
Tlaquepaque	REVOLUCION

Ingresos mensuales: 36000 a 45000

Clase social: C+ y C (ver clasificación)

<http://nse.amai.org/niveles-socio-economicos/>

2.- Situación personal:

Casado

Pensionado/jubilado/retirado/en proceso de pensión

Vive con su pareja (síndrome nido vacío)

Hijos

Ellos mismos pagan su manutención

Profesionistas/ Dueños de negocio

Capacidad económica de darse algunos lujos.

3.- Información laboral:

No activo económicamente/ o en proceso

Profesionista/ Dueño de negocio

Metas profesionales retiro

Son personas comprometidas motivadas por tener una buena posición económica.

Disfrutan de grandes logros profesionales. Creen en el trabajo, el nombre y la trayectoria.

4.- Objetivos y metas personales:

Pensionarse, viajar, descansar, negocio propio, la familia- nietos,

Valoran pasar tiempo con la familia y que se cumplan las tradiciones; asimismo, consideran que es importante la educación de las personas.

Obsesionados con la juventud no con la edad, son activos, preocupados por su salud

5.- Retos y problemas:

Principales problemas de su día a día: soledad, tristeza melancolía, desean tranquilidad, están cansados físicamente, preocupados por su salud.

Impedimentos para cumplir sus objetivos: Obligaciones adquiridas que necesitan liberar.

Que obstáculos lo separan de nosotros:

No nos conocen

No usan la tecnología, *“los baby boomers tienen una tendencia a adoptar lentamente la tecnología porque aunque no crecieron con las herramientas tecnológicas que tenemos actualmente, sí han pasado por la revolución del Internet desde sus principios hasta ahora, así como las redes sociales y los smartphones. Pero aunque ellos se han tenido que adaptar a todos estos cambios, no dejan de preferir los anuncios en medios tradicionales como televisiones, periódicos y revistas”.*

(Si hemos de utilizar medios digitales deben ser altamente visuales, sencillos, directos, emotivos)

Necesitan sentir Confianza

6.- Actitudes y comportamientos:

¿Cuál es su actitud ante nuestro servicio?

Ellos confían mucho en el “voz a voz” acuden por recomendación.

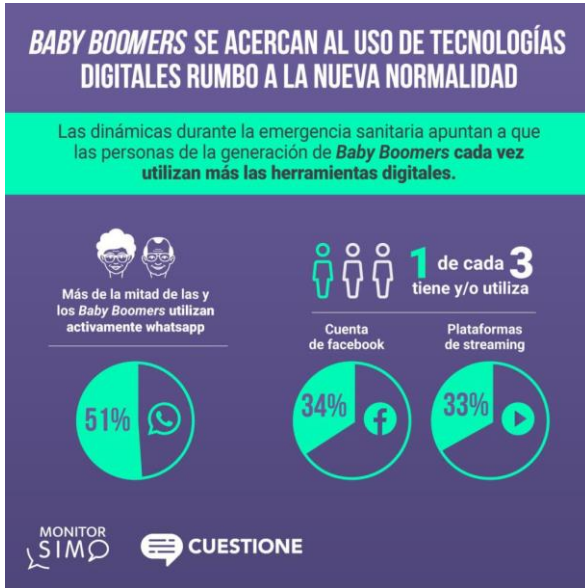
Disfrutan un trato exclusivo, personal y sincero.

¿Cómo es su comportamiento en internet?

“Se solía pensar en la generación de Baby Boomers como una en la que la penetración de las tecnologías digitales era muy baja; sin embargo, las dinámicas durante la emergencia sanitaria apuntan a que las personas en este rango de edad cada vez están más conectadas. Más de la mitad de

las y los Boomers dicen utilizar activamente Whatsapp También, 1 de cada 3 tienen una cuenta de Facebook y usan plataformas de streaming.”

¿Desde qué dispositivos navega?



¿Qué contenidos busca?

Comunicación de manera sencilla, directa y visual.

Nota de campo: Generalmente este tipo de cliente desea vender su casa para liberarse de una preocupación, originada por tener la casa sola o con inquilinos irresponsables, o realizar un pago importante para su pensión, cabe señalar que poseen más de un bien inmueble, en el que habitan y el que van a opcinar.