



EUDE | EUROPEAN
BUSINESS
SCHOOL

ESCUELA EUROPEA DE DIRECCIÓN Y EMPRESA

Buyer persona vs target

¿De verdad sabes a quién hablas?





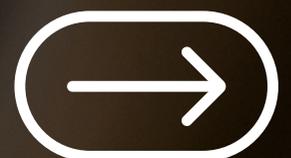
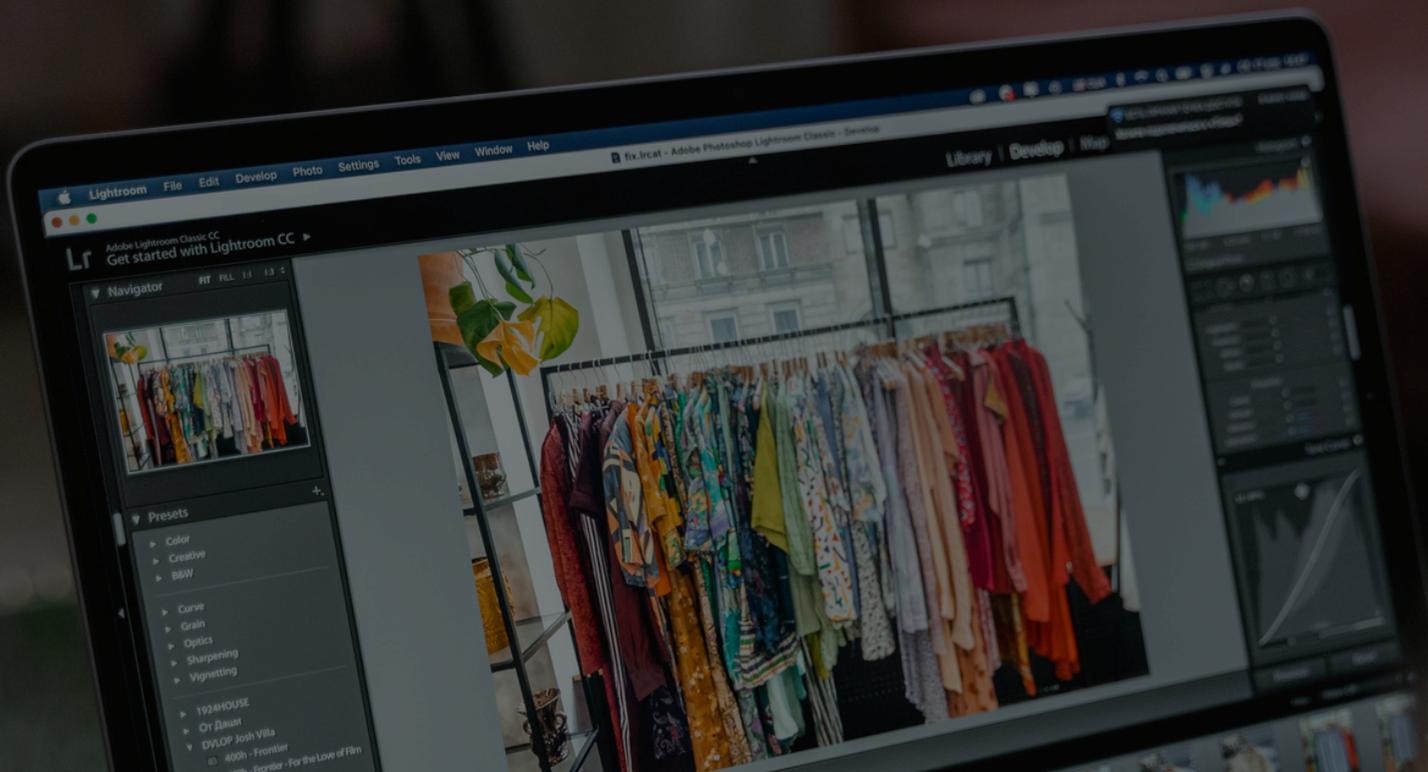
¿Qué es el target?

01 Grupo amplio y general

02 Datos puntuales

03 Orientación para campañas

04 No revela motivos de compra





¿Qué es un buyer persona?

01



Perfil detallado
y realista

Motivaciones y
hábitos del cliente



02

03

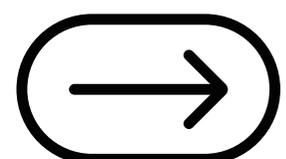


Basado en datos
e investigaciones

Personaliza
el marketing



04





EUDE | EUROPEAN
BUSINESS
SCHOOL

ESCUELA EUROPEA DE DIRECCIÓN Y EMPRESA

Diferencias entre ambos



El target es el quién

El buyer revela el por qué y cómo compra



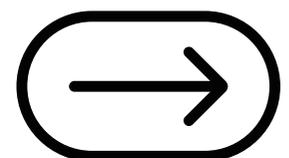
El target es estático

El buyer persona es evolutivo y específico



El target orienta

El buyer persona conecta



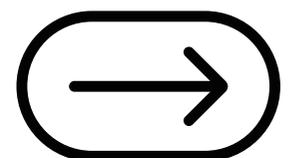


¿Por qué necesitas ambos?

- Combinarlos mejora la segmentación y personalización

- El buyer persona permite crear campañas más efectivas

- Construirlo requiere investigación constante





Casos de éxito

Nike: “Just Do It”,
“Dream Crazier”

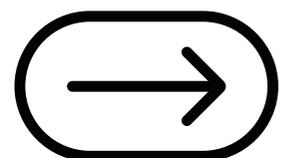
01

02

Spotify:
“Wrapped”

03

Airbnb: “el viajero joven que busca una experiencia auténtica”





¿Cuáles son sus beneficios?



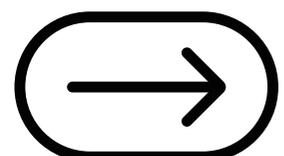
Mejora de campañas

El target delimita el campo de juego



Conexión con clientes

El buyer persona define cómo ganarlo





EUDE | EUROPEAN
BUSINESS
SCHOOL

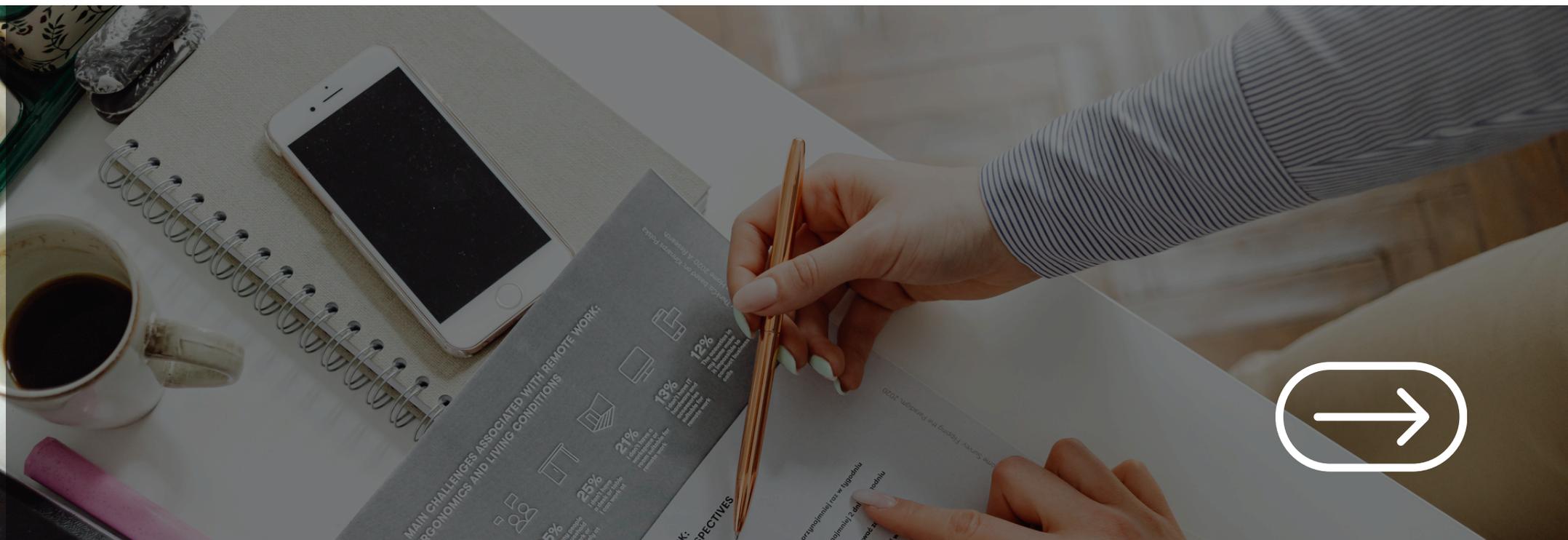
ESCUELA EUROPEA DE DIRECCIÓN Y EMPRESA

¿Cuánta importancia tiene?

Thomson Reuters reportó una
reducción del

72%

en el tiempo de conversión de
leads al utilizar buyer personas.





EUDE | EUROPEAN
BUSINESS
SCHOOL
ESCUELA EUROPEA DE DIRECCIÓN Y EMPRESA

¿Quieres formarte en Marketing?

El Máster en Marketing y
Dirección Comercial
de EUDE forma
profesionales capaces
de liderar proyectos
de datos con visión
técnica.

Infórmate en
www.eude.es

