

# *Arquetipos de Personas*



# Arquetipos Personas

## ¿Qué es un arquetipo de Cliente?

Es una herramienta que permite comprender a fondo las verdaderas necesidades y motivaciones de nuestros clientes, tanto en contextos de uso como de compra del producto.

## ¿Cómo se construyeron?

Definiendo la tipología de clientes a los cuales nos dirigimos actualmente o queremos dirigirnos, construyendo historias con nombre, características, conductas y personalidad diferenciados.

Recuerde que esta categorización representa el pareto de la población objetivo, no significa que, todos los clientes sean exactamente iguales.

## ¿Para qué sirve?

Para alinear y unificar la visión de nuestros clientes actuales y potenciales; logrando experiencias más eficientes, que respondan a sus diferentes momentos de vida.

# Arquetipos Personas

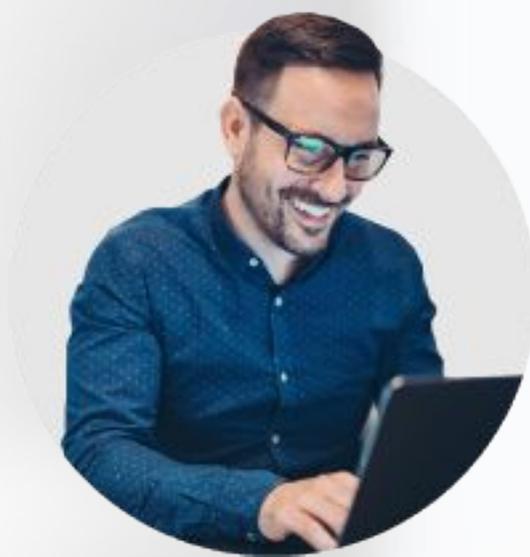
Cuatro historias, cuatro arquetipos:



SENSIBILIDAD AL RIESGO



CAPACIDAD DE INVERSIÓN



SENSIBILIDAD AL RIESGO



CAPACIDAD DE INVERSIÓN



SENSIBILIDAD AL RIESGO



CAPACIDAD DE INVERSIÓN



SENSIBILIDAD AL RIESGO



CAPACIDAD DE INVERSIÓN





**Karla Ramírez**

## Espíritu libre, mente abierta, consumidor responsable



Alto desarrollo en competencias digitales (Nativa digital)



Soltera(o), Independiente, vive con sus padres



Dominancia cerebral: rojo



**SENSIBILIDAD AL RIESGO**



**CAPACIDAD DE INVERSIÓN**



**Karla** trabaja para una Startup liderando el área de comunicaciones.

Le gusta viajar, vivir experiencias y conocer de otras culturas. Vive el presente con intensidad y sus planes de ahorro son a corto plazo. Valora y ve el riesgo en las cosas con las que más interactúa (movilidad, mascotas, viajes, entre otros).

En su día a día interactúa con gadgets que le facilitan y generan bienestar y entretenimiento a su vida. Le gusta invertir y asegurar en tangibles o intangibles que generen beneficio inmediato, de lo contrario, cree que los perderá o no disfrutará de los mismos; no le interesa adquirir compromisos financieros a largo plazo.

Practica deporte con regularidad, tiene hábitos saludables de alimentación y hace parte de una comunidad de “empoderamiento femenino” donde participa, comparte experiencias y prácticas en todos los sectores y niveles de la actividad económica; logrando interacciones de alta influencia y movilización. Valora el tiempo y su calidad de vida, por ello le gusta moverse en la ciudad, en algunos medios alternativos que no solo le resultan cool sino son de fácil acceso desde sus aplicaciones.

A la hora de adquirir algún producto y/o servicio valora en gran medida la experiencia y recomendaciones de personas cercanas o referentes. Analiza a profundidad las características del producto, su promesa, su relación costo/beneficio, pero sobre todo la generosidad y simpleza de la marca y comportamiento frente al mundo. Valora la oferta de planes de financiación flexibles que permitan su fácil acceso.

### Preferencia de canales de atención y contacto

- Prefiere ser contactada por canales virtuales (emails, chat) o redes sociales como Facebook, Instagram o Twitter.
- Se identifica con una comunicación cercana, empática y abordada desde los beneficios.

### Fuentes de Búsqueda

- Festivales de Música
- Maratones deportivos y de tecnología
- Eventos Pet - Friendly
- Apps especializadas

### Preferencia Servicio

- Es autogestionable, investiga y compara de manera permanente la promesa del producto y/o servicio que desea adquirir.
- Valora los servicios personalizados, la agilidad, el fácil acceso y la exclusividad de los mismos.

### Necesidades prioritarias a explorar

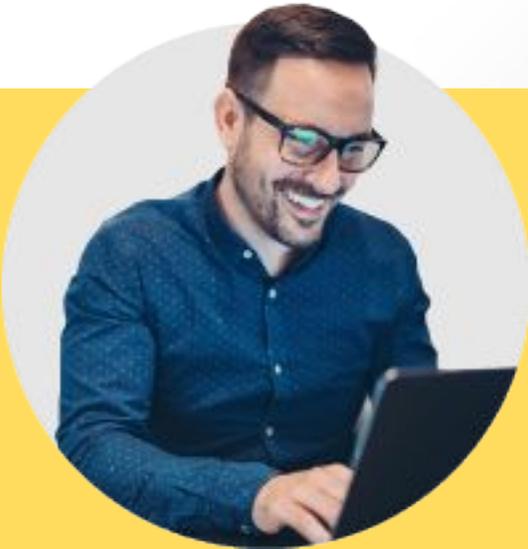
- Estilo de vida (viajes, hobbies, tecnología, mascotas)
- Educación
- Movilidad



**SENSIBILIDAD AL RIESGO**



**CAPACIDAD DE INVERSIÓN**



## Germán Mendoza

**Influyente, visionario  
y amante del buen vivir**



**Alto desarrollo en competencias digitales (Nativo digital)**



**Casado (a) con hijos, Casado (a) sin hijos**



**Dominancia cerebral: azul**

**Germán** es empresario de Alta Tecnología. Vive con su esposa e hijos en la casa que soñaron a las afueras de la ciudad, considera este un factor importante en la calidad y bienestar de su familia.

Invierte en la educación de sus hijos validando siempre la calidad y distinción de la misma, le gusta viajar, adquirir artículos novedosos y disfruta al máximo de experiencias que resulten memorables y exclusivas.

Gran parte de su tiempo y esfuerzo lo dedica al crecimiento de su empresa, es hábil y selectivo a la hora de relacionarse, cuenta con una excelente red de contactos que fortalecen su desarrollo social y de negocio. Su estilo de vida es exigente, exclusivo e innovador, por eso considera importante y necesario asegurar su patrimonio aún cuando las ofertas del mercado le resultan costosas frente al beneficio otorgado.

Los fines de semana disfruta compartir en el Club de actividades deportivas, fiestas temáticas y el placer de la buena mesa junto a su familia y amigos.

Es exigente con el valor percibido por los diferentes productos y servicios que adquiere, pues siempre hace inversiones importantes, para garantizar la exclusividad y atención en los mismos. permitan su fácil acceso.

### Preferencia de canales de atención y contacto

- Prefiere el contacto físico y por teléfono.
- Cuenta con redes sociales aunque es selectivo a la hora de crear comunidad, pues evita la alta exposición de él y su familia.
- Se identifica con una comunicación formal y abordada de las características y beneficios.

### Fuentes de Búsqueda

- Actividades en Familia (clubs/academias))
- Ferias de Automóviles
- Eventos de Gastronomía
- Ferias empresariales
- Apps especializadas

### Preferencia Servicio

- Valora el acompañamiento permanente, personalizado y el conocimiento elevado sobre productos y/o servicios a adquirir-
- Es exigente y fiel cuando se cumplen y/o superan sus expectativas.

### Necesidades prioritarias a explorar

- Patrimonio, estilo de vida, salud, educación y bienestar, (propio y familiar)





**SENSIBILIDAD AL RIESGO**



**CAPACIDAD DE INVERSIÓN**



**Felipe Riaño**

**Felipe** es un alto ejecutivo en una empresa de consumo masivo. Vive solo y disfruta de su libertad, autonomía y proyección de patrimonio.

En búsqueda permanente de perfeccionar y elevar su perfil profesional por medio de estudios especializados, disfruta viajar y conocer otras culturas: con su núcleo de amigos cercanos invierte en bienes de su interés como casas, carros, entre otros.

Cuenta con estabilidad económica derivada de su trabajo y algunas inversiones, lo que le permite disfrutar con frecuencia de experiencias personalizadas y exclusivas. Vive con intensidad, sin pensar en los riesgos, que por cierto cree son poco probables; sin embargo considera que su estabilidad financiera siempre podrá solucionar cualquier imprevisto que pueda presentarse en su vida.

Aficionado por los deportes extremos a los cuales cada vez destina más tiempo y recursos para la práctica de los mismos, sin importar si perdure en ellos. Gran influyente en redes sociales donde comparte sus experiencias y anima a su comunidad a vivir en un estilo similar.

**Disfruta el presente con intensidad, sociable  
aficionado por experiencias innovadoras**



**Alto desarrollo en competencias digitales (Nativo digital)**



**Casado (a) con hijos, Casado (a) sin hijos**



**Dominancia cerebral: amarillo**

### **Preferencia de canales de atención y contacto**

- Prefiere ser contactado por canales virtuales (emails, chat) o redes sociales como Facebook, Instagram o Twitter.
- Se identifica con una comunicación formal y abordada desde los beneficios.

### **Preferencia Servicio**

- Es exigente con los beneficios que un producto y/o servicio promete otorgar.
- Es autogestionable y valora la personalización en sus servicios.

### **Fuentes de Búsqueda**

- Maratones deportivos
- Festivales Musicales
- Ferias de Automóviles
- Eventos de sociales de marcas
- Apps especializadas

### **Necesidades prioritarias a explorar**

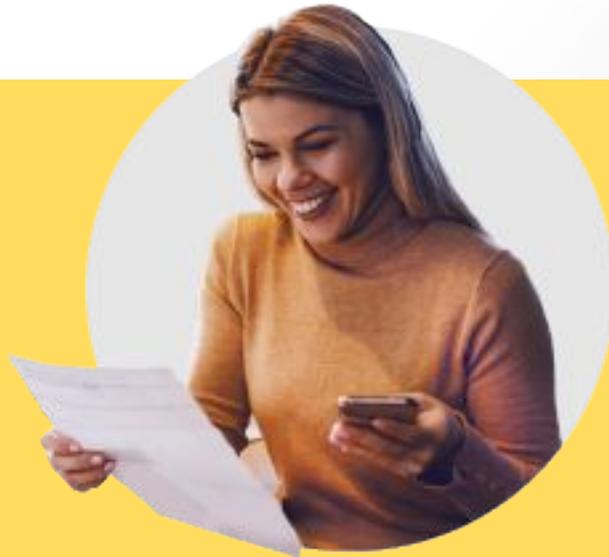
- Patrimonio (inversión)
- Estilo de vida
- Bienestar
- Estudios.



**SENSIBILIDAD AL RIESGO**



**CAPACIDAD DE INVERSIÓN**



## Catalina García

**Familiar, agradecida  
y solidaria**



**Medio desarrollo en competencias  
digitales**



**Casado(a) con hijos, Casado(a) sin hijos,  
Pensionados**



**Dominancia cerebral: verde**

**Catalina** trabaja en una compañía de turismo, vive con su esposo e hijo que son su mayor motivación y prioridad dentro de su proyecto de vida. Valora y disfruta el tiempo que pueden compartir juntos.

Su comportamiento frente al consumo es moderado, pues su mayor tranquilidad junto a la de su esposo, es poder garantizar y cumplir con las obligaciones ya adquiridas por su patrimonio.

Es rigurosa en la planeación de su vida y la de su familia, pues le preocupan las situaciones inesperadas que los puedan llegar a poner en riesgo, sin embargo no cuenta con planes de prevención, pues conforme las condiciones mejoran, así mismo, su interés para adquirir bienes y servicios que por ahora considera preferenciales y costosos.

A la hora de adquirir algún producto y/o servicio tiene un alto nivel de lealtad frente al acompañamiento permanente, valora los servicios prácticos, sencillos en el momento de acceder y con facilidades de financiación.

### Preferencia de canales de atención y contacto

- Prefiere el contacto físico y por teléfono.
- Cuenta con redes sociales aunque es selectivo a la hora de crear comunidad, pues evita la alta exposición de él y su familia.
- Se identifica con una comunicación formal y abordada de las características y beneficios.

### Fuentes de Búsqueda

- Actividades en Familia (clubs/academias))
- Ferias de Automóviles
- Eventos de Gastronomía
- Ferias empresariales
- Apps especializadas

### Preferencia Servicio

- Valora el acompañamiento permanente, personalizado y el conocimiento elevado sobre productos y/o servicios a adquirir-
- Es exigente y fiel cuando se cumplen y/o superan sus expectativas.

### Necesidades prioritarias a explorar

- Patrimonio, estilo de vida, salud, educación y bienestar, (propio y familiar)

