

PAS

**Para quién es mi curso,
tu nicho y cliente**



Información general de tu cliente ideal

Los datos demográficos

Los intereses para saber qué tiene, qué quiere, qué le gusta

Los comportamientos, sus patrones, dónde compra, que lo hace tomar una decisión (dinero, tiempo, promesa)

La información general es una especie de retrato de tu prospecto

Identifica el dolor de tu cliente que lo va a hacer tomar acción

Nivel 1 – Dolor leve que no afecta

El cliente experimenta un problema o molestia, pero no es lo suficientemente grave como para afectar significativamente su vida diaria. Es un inconveniente menor que, aunque molesto, no requiere una solución inmediata.



Nivel 2 – Dolor que incomoda, pero no impulsa a la acción

El dolor o problema es más evidente y puede causar incomodidad regular. Sin embargo, no llega al punto de motivar al cliente a buscar activamente una solución. Puede ser algo con lo que el cliente ha aprendido a convivir.



Identifica el dolor de tu cliente que lo va a hacer tomar acción

Nivel 3 – Dolor notable que afecta, pero no impulsa a la acción

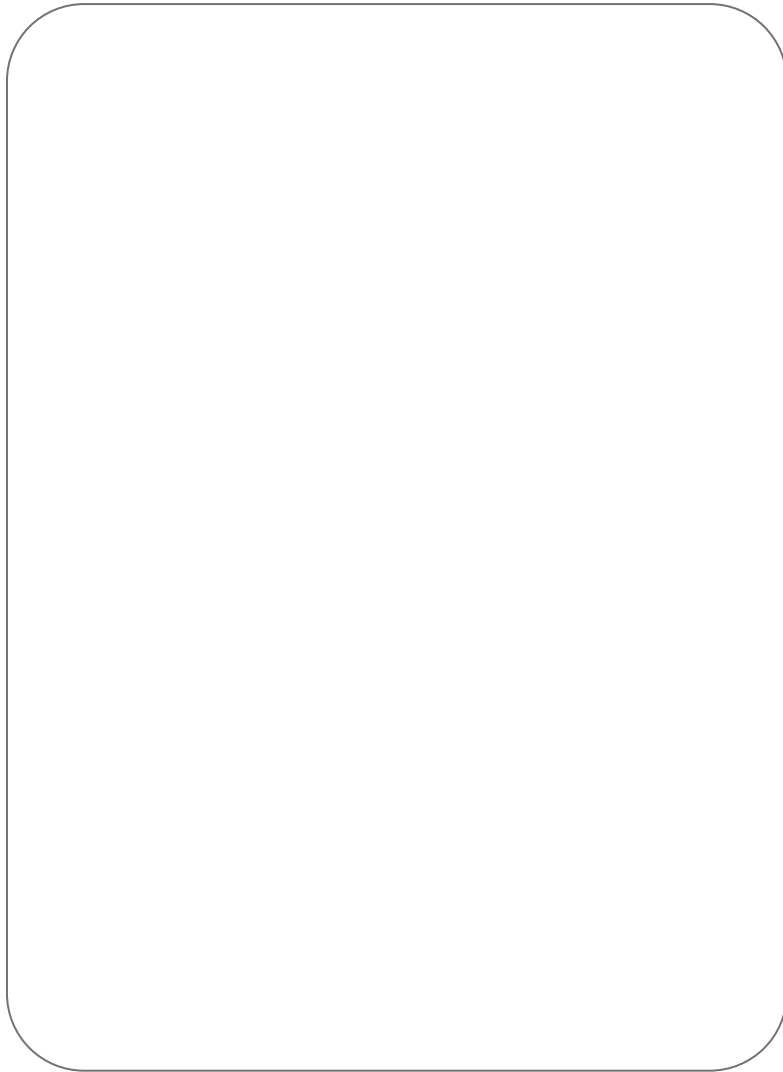
El problema se vuelve significativamente molesto y empieza a afectar la calidad de vida o la eficiencia del cliente. Aunque es una fuente de frustración, todavía no alcanza un umbral que lleve al cliente a tomar medidas decisivas.

Nivel 4 – Dolor severo que impulsa a buscar soluciones

Este es el nivel en el que el dolor o el problema se vuelve tan agudo que el cliente se ve obligado a buscar una solución. Es un punto crítico en el que el problema ya no puede ser ignorado porque impacta significativamente en la vida personal, profesional o ambos.

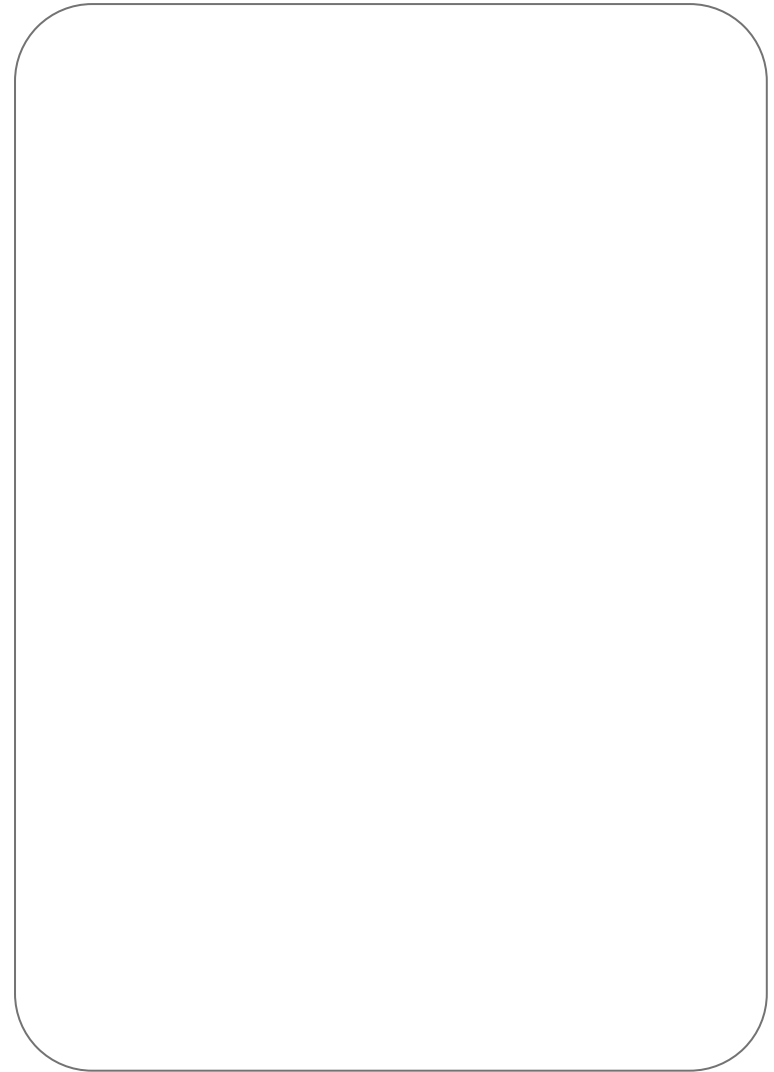
Tu cliente y tú

Dolor Nivel 4

A large, empty rounded rectangular box with a thin black border, intended for notes related to 'Dolor Nivel 4'.

Ganancia de tu cliente

- Eliminar el dolor
- Ganar algo
- Ahorrar tiempo
- Reducir riesgo

A large, empty rounded rectangular box with a thin black border, intended for notes related to 'Ganancia de tu cliente'.

3

Consejos

- Crea la tabla de dolor a 4 niveles, esto te ayudará a llegar al dolor que va a hacer que tu cliente toma acción.
- Sé específico al identificar a tus clientes.
- Sé específico en lo que va a ganar tu cliente con tu curso.

Cuanto más detallada sea tu comprensión, mejor podrás adaptar tu producto y estrategia de marketing.