PERSONA

Posted on 18. septiembre 2025 by Alexander

Una **Persona** (perfil de cliente) es un **perfil ficticio pero realista que representa a un miembro típico de un público objetivo**. Se basa en **datos**, **investigaciones** y **experiencias**, y ayuda a comprender mejor las **necesidades**, **objetivos** y **comportamientos de los usuarios**.

Una **Persona** suele incluir:

- **nombre, edad, profesión y situación personal,**
- **objetivos y motivaciones,**
- **desafíos o puntos de dolor,**
- **comportamientos habituales y procesos de decisión.**

Ejemplo:
Para un **curso de fitness online**, una Persona podría ser **"Ana, 34 años, madre trabajadora"**. Tiene **poco tiempo**, quiere **mantenerse en forma** y prefiere **entrenamientos móviles**.

Ventajas de trabajar con Personas:

- permiten **desarrollar contenidos específicos** (textos, ofertas, campañas),
- ayudan a diseñar **funciones** y **productos a medida**,
- **mejoran el UX** design al poner las necesidades de los usuarios en el centro,
- evitan el "diseño para todos", centrando el enfoque en **públicos concretos**.

Conclusión:
Una **Persona** hace que los públicos objetivos abstractos sean más tangibles. Ayuda a los equipos a tomar **mejores decisiones para los usuarios**, tanto en **marketing** como en **diseño web** o **desarrollo de productos**.