

Apéndice A

FICHA BUYER PERSONA		
	Buyer Persona # 1	Buyer Persona # 2
ESCRIBE EL NOMBRE DE BUYER PERSONA	Skye Waliszka	Mariana Botero
Información demográfica (incluye solo la Información relevante)	Edad: 21 años	Edad: 28 años
Información Conductual (incluye solo la Información relevante).	Ama la fotografía. Le encanta viajar, especialmente si el	Gasta su dinero en comida, viajes y ropa. Le gusta ver
Perfil digital		
¿Qué redes sociales usa el Buyer Persona con frecuencia?	Instagram, Facebook, Pinterest	Instagram, Facebook
¿El Buyer Persona hace uso de correo electrónico?	Muy poco	Sobre todo para el trabajo
¿El Buyer Persona hace uso de Google para realizar búsquedas?	Siempre	Si
¿Qué tipo de sitios webs frecuenta el Buyer Persona?	Tripadvisor, Lonely Planet, blogs de viaje, YouTube	Blogs de viaje, revistas de actualidad, YouTube
¿El Buyer Persona usa teléfono celular? usa smartphone?	Usa Smartphone	Usa Smartphone
Necesidades y problemas por resolver		
Metas: Escribe cuáles son las metas que Buyer Persona quiere alcanzar. (incluye solo la Información relevante y coherente con el problema que vamos a solucionar).	Skye busca viajes a lugares exóticos que le den una experiencia integral entre conectarse con la naturaleza y sumergirse en la cultura local.	Mariana busca viajar a lugares que le den una experiencia de desarrollo persona y espiritual y que le permita desconectarse de su rutina de oficina.
Retos: Escribe a qué retos se enfrenta el Buyer Persona para alcanzar sus metas. (incluye solo la Información relevante y coherente con el problema que vamos a solucionar)	El reto de Skye es el dinero. Skye tiene algunos ahorros pero los administra muy bien.	El reto de Mariana es el tiempo. Para alcanzar su meta debe contar con al menos 2 semanas, lo que sucede dos veces al año solamente.
[IMPORTANTE] ¿Cuál es la necesidad o el problema que nuestra empresa, producto o servicio a puede atender (entornos digitales)?	El problema que Skye necesita resolver es la falta de información sobre hostales que ofrezcan actividades relacionadas a sus intereses como de exploración de la naturaleza, conexión con la cultura local y actividades de desarrollo personal.	El problema que Mariana necesita resolver es la falta de información sobre hostales que le ofrezcan un espacio de desconexión total de su mundo de oficina. Su necesidad es encontrar actividades de crecimiento personal y espiritual en sus próximas vacaciones.
PROPUESTA DE VALOR, OFERTA DE VALOR Y DIFERENCIACIÓN CREATIVA DE LA MARCA		
Reflexiona cómo ayudamos nosotros: Cómo resuelves los retos de tu comprador y le ayudas a alcanzar sus metas.		
¿Cuáles son los beneficios y ventajas que la marca le promete entregar al Buyer Persona para solucionar su problemas?	Nosotros, como agencia de marketing digital, le facilitaremos a Skye y a Mariana la información sobre Capurganá, contenidos en formato texto y video de actividades a relajar en la isla, información sobre las actividades de valor que ofrece el hostel; Lo haremos parte de nuestra comunidad digital mediante nuestras redes sociales y foros en la página web de Kuna Yala. También les ofrecemos la ventaja de suscribirse a nuestro newsletter que los mantendrá informados de descuentos y promociones exclusivos.	
¿Cuáles son los marcas, productos y servicios que solucionan el problema o la necesidad del Buyer Persona en entornos digitales?	Servicios de alojamiento, restaurante, wifi, toures y caminatas.	