

Retrato del Cliente Ideal

Ficha de una página + guion de entrevista · Versión 1.0 · Agosto 2026

¿Qué es esta herramienta?

Venderle a todos es venderle a nadie. El Retrato del Cliente Ideal es la ficha que cualquier persona de tu equipo puede leer en dos minutos para saber exactamente a quién sirven, qué problema le resuelven y cómo hablarle. Cabe en una página, se completa en 60 a 90 minutos y se construye mirando hacia atrás: hacia los clientes que ya tienes y que mejor funcionan — no desde la imaginación.

Cómo llenarlo (60–90 minutos)

- Reserva 60 minutos sin interrupciones. Si puedes, trabaja primero en papel: el lápiz obliga a sintetizar.
- Piensa en tus TRES mejores clientes: los que pagan a tiempo, regresan y te recomiendan. Llena cada elemento describiéndolos a ellos, no a un cliente imaginario.
- Si un elemento no lo puedes responder, déjalo en blanco: ese hueco es exactamente lo que debes descubrir esta semana con el guion de entrevista de la página 3.
- Cuando termines, compártelo con tu equipo y pégalo donde se vea. Un Retrato archivado no sirve.

Tu Retrato del Cliente Ideal

Consejo: escribe con las palabras que usan tus clientes, no con las tuyas. Si tus clientes dicen “que no me quede mal”, eso vale más que “confiabilidad en el servicio”.

Elemento	Tu cliente ideal (escribe aquí)
1 — Quién es <i>¿Quién es esta persona o empresa en su situación real, no solo su demografía?</i> No solo edad e ingresos: ¿qué hace?, ¿qué responsabilidad tiene?, ¿en qué momento está cuando te busca?	
2 — Qué intenta lograr <i>¿Qué resultado concreto quiere obtener cuando compra lo que tú vendes?</i> No el nombre de tu servicio: el resultado. ¿Qué tiene que pasar para que sienta que valió la pena?	
3 — Qué le duele <i>¿Qué le causa frustración, estrés o pérdida de tiempo hoy?</i> El dolor concreto, no genérico. ¿Qué está saliendo mal que lo haría contratar a alguien?	
4 — Qué alternativa usa hoy <i>¿Cómo resuelve este problema ahora — o por qué no lo resuelve?</i> Otro proveedor, una solución improvisada o no hacer nada. La alternativa te dice qué debe mejorar tu propuesta.	
5 — Cómo decide comprar <i>¿Por qué proceso mental y logístico pasa antes de decir que sí?</i> ¿Necesita aprobación? ¿Compara precios? ¿Confía en recomendaciones? Esto define cómo debes vender.	
6 — Dónde busca información <i>Cuando tiene esta necesidad, ¿a dónde va primero?</i> ¿Google? ¿Instagram? ¿WhatsApp a una colega? ¿Reseñas en Maps? Esto define en qué canales estar.	
7 — Qué objeción lo detiene <i>¿Qué le impide contratar o por qué ha postergado la decisión?</i> No siempre es precio: puede ser miedo al compromiso, falta de confianza o duda de que cumplas.	
8 — Qué lo haría volver o recomendar <i>¿Qué tendría que pasar para que se quede contigo y te mande conocidos?</i> Define tu fidelización y tus referidos. Si no lo sabes, pregúntaselo.	

El guion de 5 preguntas para entrevistar clientes

La herramienta más poderosa de este documento. No cuesta nada, toma 10 minutos por cliente, y lo que vas a escuchar cambiará cómo describes tu propio negocio. Hazlas en conversación (en persona, por teléfono o WhatsApp), no como cuestionario formal. Para abrir: *“Quiero entender mejor a quién sirvo. ¿Puedo hacerte cinco preguntas rápidas?”*

1. **¿Qué fue lo que te llevó a buscar esto en ese momento específico?**
2. **Cuando empezabas a evaluar opciones, ¿qué era lo más importante para ti — qué hacía que una opción valiera la pena?**
3. **¿Por qué terminaste eligiéndonos a nosotros y no a otra opción?**
4. **¿Hay algo de trabajar con nosotros que podría ser mejor?**
5. **Si tuvieras que describirle a un colega qué problema te resolvemos, ¿cómo lo describirías?**

Importante: no preguntes “¿qué mejorarías?” — activa el modo queja. “¿Qué podría ser mejor?” es más suave y produce respuestas más honestas.

Después de entrevistar: deja que la IA encuentre los patrones

Pega tus notas en tu herramienta de IA favorita con este prompt:

“Estas son mis notas de [número] entrevistas con mis mejores clientes: [pega tus notas]. Identifica los patrones que se repiten: por qué me eligieron, qué valoran más y qué palabras usan para describir su problema. Con eso, dame un borrador de mi cliente ideal con estos 8 elementos: quién es, qué intenta lograr, qué le duele, qué alternativa usa hoy, cómo decide comprar, dónde busca información, qué objeción lo detiene y qué lo haría volver o recomendar.”

La IA te da el borrador; tú lo corriges con lo que solo tú sabes de tu negocio.

Así se ve un Retrato bien llenado

Ejemplo real del libro V.E.N.D.E. con IA: una florería que atiende empresas.

Elemento	Ejemplo real (florería corporativa)
1 — Quién es <i>¿Quién es esta persona o empresa en su situación real, no solo su demografía?</i> No solo edad e ingresos: ¿qué hace?, ¿qué responsabilidad tiene?, ¿en qué momento está cuando te busca?	Asistente de dirección en empresa mediana (20–200 empleados); gestiona la imagen de las instalaciones y compras menores.
2 — Qué intenta lograr <i>¿Qué resultado concreto quiere obtener cuando compra lo que tú vendes?</i> No el nombre de tu servicio: el resultado. ¿Qué tiene que pasar para que sienta que valió la pena?	Que la recepción siempre se vea impecable sin tener que pensarlo: “una cosa menos de la que preocuparme”.
3 — Qué le duele <i>¿Qué le causa frustración, estrés o pérdida de tiempo hoy?</i> El dolor concreto, no genérico. ¿Qué está saliendo mal que lo haría contratar a alguien?	Olvidar el pedido en semanas ocupadas; proveedores que no cumplen; justificar gastos no planeados.
4 — Qué alternativa usa hoy <i>¿Cómo resuelve este problema ahora — o por qué no lo resuelve?</i> Otro proveedor, una solución improvisada o no hacer nada. La alternativa te dice qué debe mejorar tu propuesta.	Flores del mercado cuando se acuerda, o una florería distinta cada vez. Costo: imagen inconsistente.
5 — Cómo decide comprar <i>¿Por qué proceso mental y logístico pasa antes de decir que sí?</i> ¿Necesita aprobación? ¿Compara precios? ¿Confía en recomendaciones? Esto define cómo debes vender.	Compra por recomendación de otra asistente; no cotiza varios proveedores; necesita factura; si queda satisfecha, no cambia.
6 — Dónde busca información <i>Cuando tiene esta necesidad, ¿a dónde va primero?</i> ¿Google? ¿Instagram? ¿WhatsApp a una colega? ¿Reseñas en Maps? Esto define en qué canales estar.	Pregunta a colegas; si no, Google Maps “florería a domicilio” + su zona, y lee reseñas.
7 — Qué objeción lo detiene <i>¿Qué le impide contratar o por qué ha postergado la decisión?</i> No siempre es precio: puede ser miedo al compromiso, falta de confianza o duda de que cumplas.	Miedo a que el proveedor falle en una fecha importante. Prefiere probar con un pedido pequeño.
8 — Qué lo haría volver o recomendar <i>¿Qué tendría que pasar para que se quede contigo y te mande conocidos?</i> Define tu fidelización y tus referidos. Si no lo sabes, pregúntaselo.	Puntualidad sin sorpresas, flexibilidad ante cambios, factura automática y respuesta rápida si algo sale mal.

Esta herramienta forma parte del ecosistema V.E.N.D.E. con IA, creado para ayudarte a vender más, crecer con orden y construir una empresa más rentable con ayuda de la inteligencia artificial.

Conoce el libro V.E.N.D.E. con IA y encuentra más herramientas, recursos, cursos,

webinars, asesoría y comunidad en: vendeconia.com.mx

¿Dudas, comentarios o sugerencias? Escríbenos: contacto@vendeconia.com.mx

Registro de cambios: v1.0 · Agosto 2026 · Versión inicial.