

# Ponencia: ¿Cómo empezar a buscar su público objetivo sin morir en el intento?

Primeras etapas para encontrar al cliente soñado:

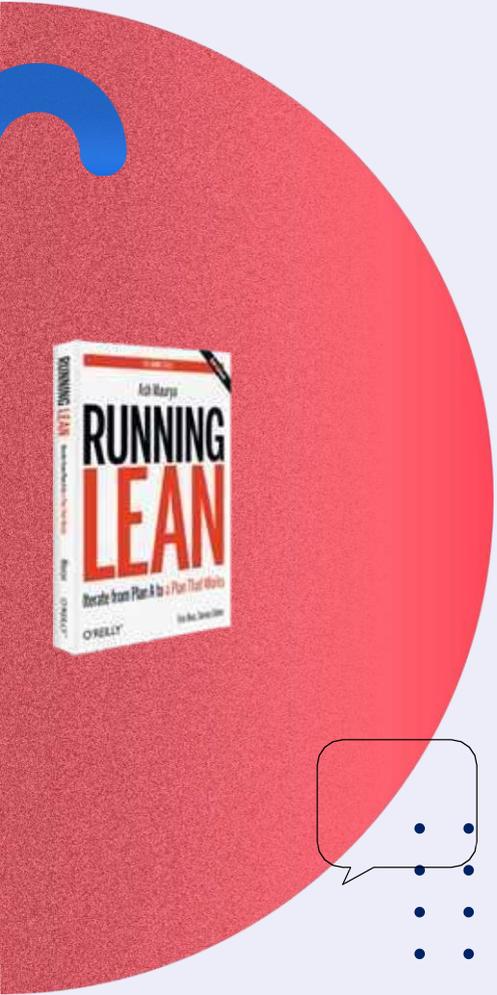
1. Investigación con estudios e informes
2. Mapa de empatía
3. Encuestas online con Google Form



GENERALITAT  
VALENCIANA

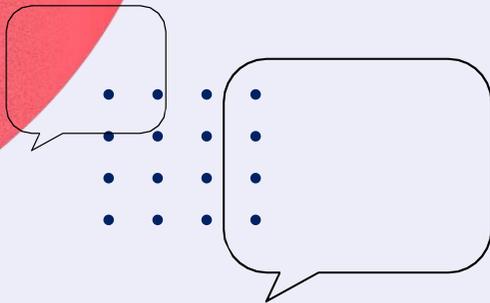
**iVACE**  
INSTITUT VALENCIÀ DE  
COMPETITIVITAT EMPRESARIAL

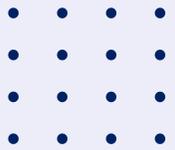
**CEEI**  
VALENCIA  
CENTROS EUROPEOS DE  
EMPRESAS INNOVADORAS



ASH MAURYA

«LA VIDA ES DEMASIADO  
CORTA PARA CONSTRUIR  
ALGO QUE NADIE QUIERE»



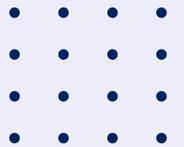
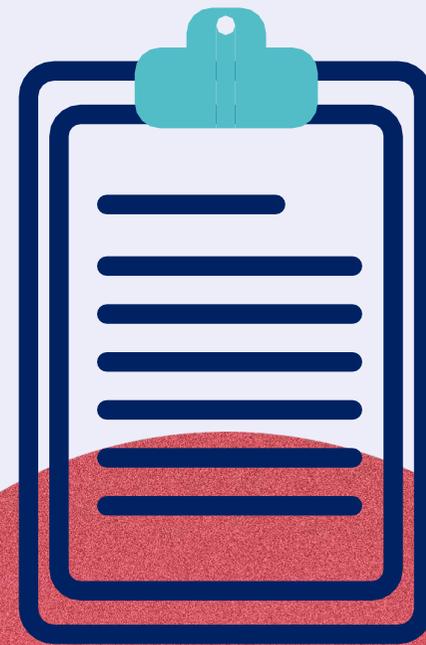


1. INVESTIGACIÓN CON ESTUDIOS E INFORMES

2. MAPA DE EMPATÍA

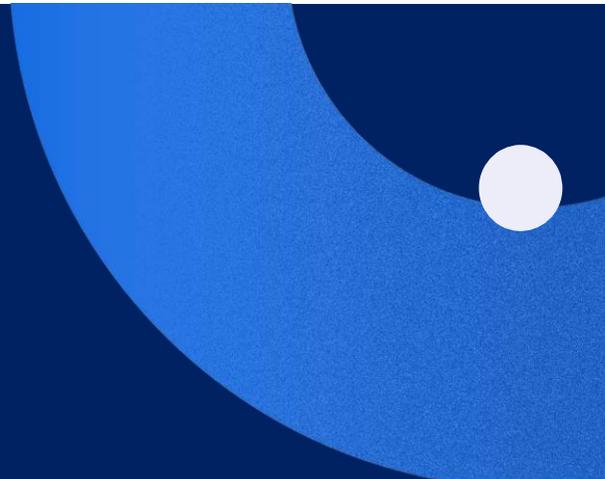
3. ENCUESTAS ONLINE

# 1. Investigación con estudios e informes



## 2. Mapa de empatía





Es una herramienta desarrollada por la empresa de pensamiento visual XPLANE.

Permite profundizar en el perfil del cliente, haciéndose preguntas clave que nos orientarán a la hora de diseñar propuestas de valor, canales de venta y relaciones con clientes.

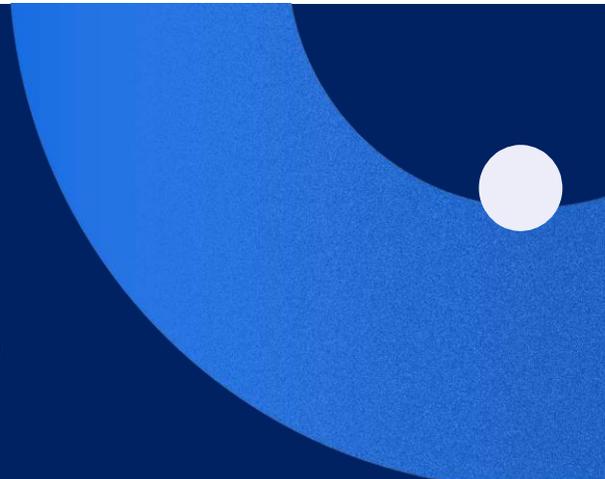
## PREGUNTAS CLAVE:

¿Qué piensa y siente? Qué le importa, qué le conmueve.

¿Qué oye? Qué le dice su gente, su jefe, quiénes le influyen y cómo lo hacen.

¿Qué ve? Qué consume: contenidos y canales.

¿Qué dice y hace?Cuál es su actitud, qué expresa y que no, qué dice que le importa, qué contradicciones tiene.



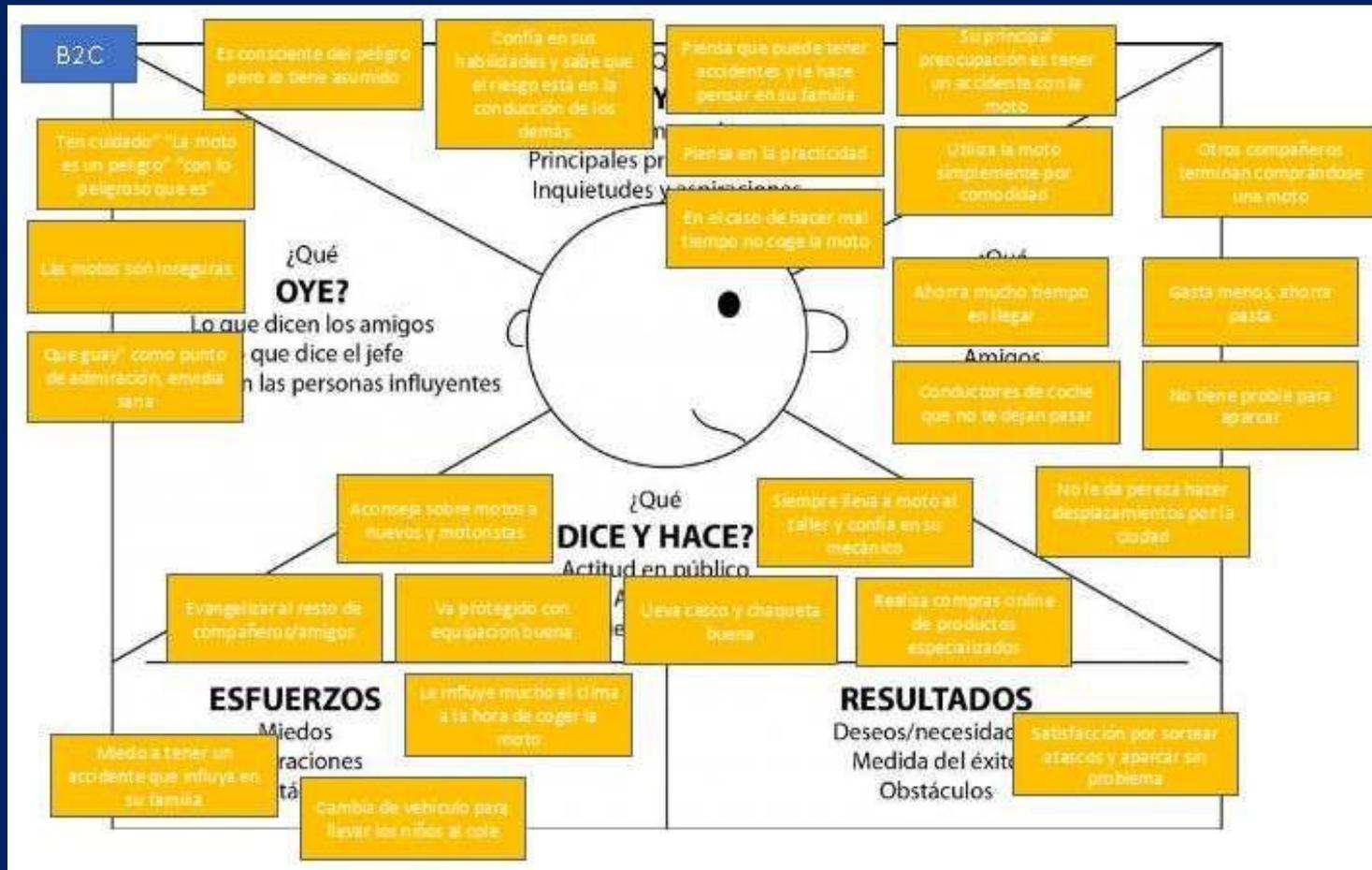
¿Qué le frustra? Qué miedos tiene, qué le preocupa,  
qué le complica las cosas.

¿Qué le motiva? A qué aspira, qué es lo que de verdad quiere  
conseguir y qué espera obtener.

# Empieza así:

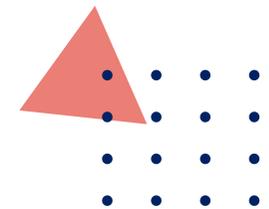
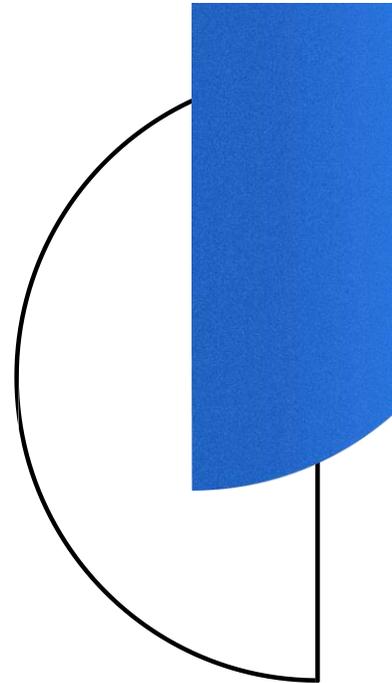
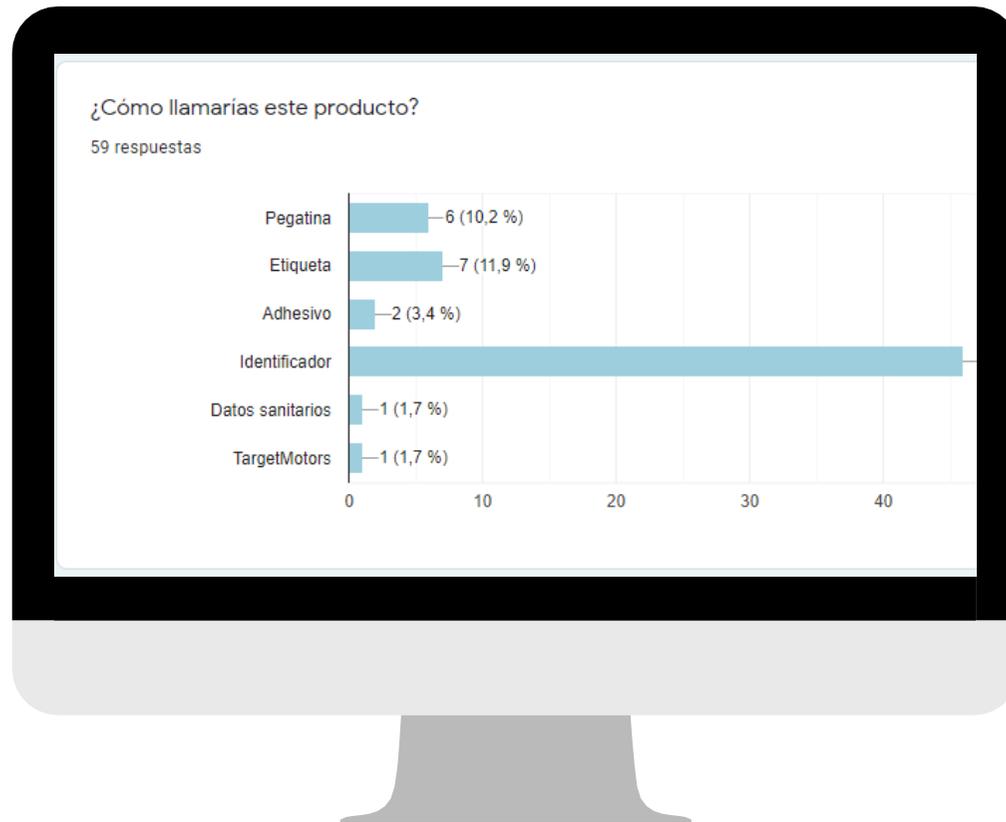


...y acaba así:



# 3. Encuestas online

¡Viva Google Form!



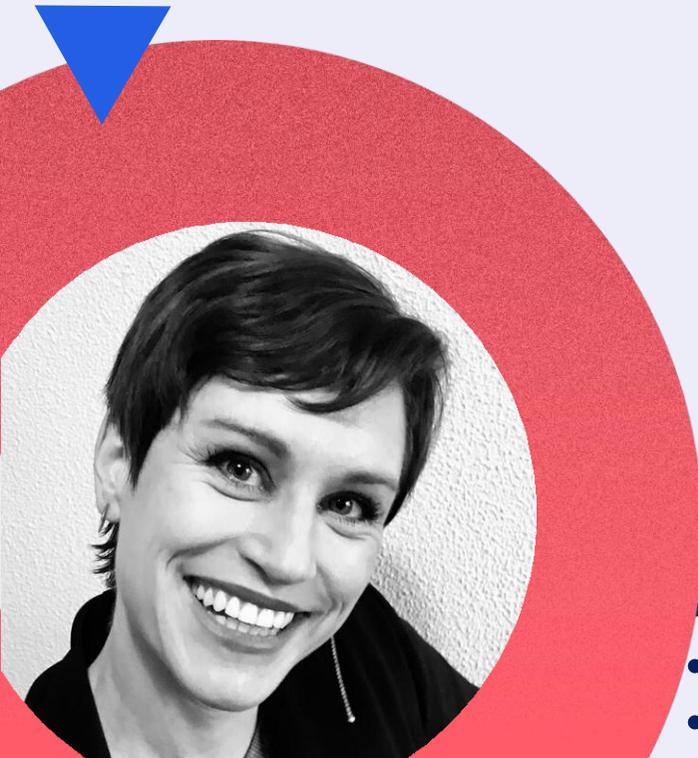
## Mi recomendación



JAVIER MEGÍAS

Blog: Estrategia, Startups y Modelos de Negocio  
Cofundador de Startupxplore  
Director Programa Startup en Fundación  
Bankinter

¡GRACIAS!



Aurora Mandelbli

**Linked in** /auroremandelbli

