

CLIENTE IDEAL Y PROPUESTA DE VALOR

MARCA PERSONAL - 2025

¿A QUIÉN QUIERO VENDER MI TRABAJO COMO TATUADOR?

¿CÓMO PUEDO RECONOCER A MI PÚBLICO IDEAL?

¿QUÉ ES EL PÚBLICO OBJETIVO?

Grupo de personas con características en común a quienes **queremos llegar** con nuestra marca.

No es "todo el mundo", debemos segmentar para comunicar mejor.

¿CÓMO RECONOZCO A ESTE PÚBLICO?

A través de herramientas como el **Buyer Persona**

Es un esquema representativo semi-ficticio de nuestro cliente ideal basado en datos reales y supuestos fundamentados.



Javiera

INFORMACION DEMOGRAFICA

24 años
Viña del Mar
Educadora
Nadadora

BIOGRAFIA

Segunda hija de un matrimonio, estudio en una universidad tradicional, su familia vive en el interior, ella vive en Viña con su novia, tiene un trabajo estable, apasionada por la playa y el nado en aguas abiertas

CONTRAS

- No puede estar mas de 1 semana sin ir a la playa
- le dan miedo las agujas
- exposicion al sol comstante

CANTIDAD DE TATUAJES



Ninguno

+10

CANTIDAD DE TATUADORES



Solo 1

Todos
diferentes

GUSTOS

- Playa
- Animales
- Musica
- Peliculas
- Comunidad
LGBTIQA+

ESTILO

- Linea fina
- Dot Work
- Solo Negro
- Tradi Negro

EXPECTATIVAS Y NECESIDADES

- Espacio inclusivo
- Lugar Limpio
- Buena música
- Ambiente distendido

CONTENIDO

- Tiktok
- instagram
- pinterest
- weheartit

AHORA ES TU TURNO

CREA TU PROPIO BUYER PERSONA

¿CUÁL ES MI **PROPUESTA DE VALOR**?

Es la **promesa** de valor que ofreces a tu público objetivo. Explica por qué **deberían elegirte a ti** y no a otro tatuador.

¿Qué problema específico soluciona?

¿Qué hace único tu servicio?

¿CUÁL ES MI PROPUESTA DE VALOR?

Tatuajes de línea fina y dot work en un estudio inclusivo y seguro, enfocado principalmente en **mujeres y disidencias**. Mi enfoque está en crear diseños personalizados que **reflejen tu identidad y conexión con la naturaleza**, con un ambiente relajado, buena música y asesoría especial para quienes se tatúan por primera vez o tienen una **vida activa bajo el sol**.

¿ES NECESARIO DECLARARLO?

Utilizar herramientas como el Modelo Canvas nos ayuda a declarar ciertas decisiones que **guiarán el lineamiento de mi marca a futuro.**

Y OTRA VEZ ES TU TURNO

RECONOCE TU PROPUESTA DE VALOR

**AHORA APLICALA EN UN
MODELO CANVAS**

¿PERO COMO ES ESO?

DISEÑANDO LA PROPUESTA DE VALOR MODELO CANVAS



Socios Clave
¿Quién te puede ayudar?



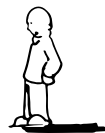
Actividades Clave
¿Qué harás para cumplir la propuesta de valor?



Propuesta de Valor
¿Qué haces diferente de la competencia?



Relación con Clientes
¿Cómo interactúas con



Segmento de Clientes
¿A quién ayudarás?



Recursos Clave
¿Qué recursos necesitas para la Propuesta de valor?



Canales
¿Cómo llegas a los clientes?



Estructura de Costos
¿Cuánto te costará?



Fuente de Ingresos
¿Cuántos ingresos tendrás?

REFLEXIÓN

¿CAMBIÓ TU
PERCEPCIÓN DE TU
CLIENTE IDEAL?

¿CÓMO PUEDO
MEJORAR LA
COMUNICACIÓN CON
MIS CLIENTES?

PRÓXIMA CLASE **EVALUACIÓN**

CREACIÓN DE UN IG
PROFESIONAL

30%

PRUEBA DE CONTENIDO

70%