

¿Cómo  
definir el



público objetivo

de tu

NEGOCIO?



T  
A  
R  
G  
E  
T



## Índice

<b>Introducción</b> .....	2
<b>¿Qué es público objetivo?</b> .....	2
<b>Ejemplos de público objetivo</b> .....	3
Público objetivo de una empresa B2B proveedora de una plataforma CRM .....	5
Público objetivo de una empresa B2C proveedora de alimentos.	5
<b>Plataformas digitales para encontrar tu público objetivo</b> .....	5
Meta Business Suite.....	6
LinkedIn.....	6
LinkedIn Sales Navigator .....	6
Snovio .....	7
<b>Conclusiones</b> .....	7



## Introducción

**Respondiendo Jesús, les dijo: Los que están sanos no tienen necesidad de médico, sino los enfermos. No he venido a llamar a justos, sino a pecadores al arrepentimiento. Lucas 5:31-32**  
*RVR1960*

Así como Jesús tuvo muy bien definido el público objetivo por el cuál vino para llevar a cabo su propósito de salvación, tú también debes definir correctamente tu público objetivo para llevar a cabo los [objetivos de tu empresa](#).

Aunque no lo creas, definir el público objetivo es más fácil de lo que te imaginas. Solo debes tener presente a quién quieres ayudar con tus productos/servicios o quiénes son esas personas que pueden interesarse por lo que ofreces para determinar cuáles son las características comunes que los definen.

### ¿Qué es público objetivo?

De forma muy sencilla, tu público objetivo son aquellas personas que muestran cierto interés por los productos, servicios y contenido digital que promueves en tu marca y que, además, tienen características demográficas comunes.

De acuerdo con los objetivos de tu empresa puedes considerar los siguientes datos demográficos:

- Edad
- Región



- Género
- Estado civil
- Ocupación
- Industria
- Ingresos
- Tamaño de la empresa

Una manera muy práctica de conocer las regiones interesadas en tus ofertas (hablando desde un escenario online) es por medio del análisis de palabras clave (uno de los [factores de posicionamiento SEO](#) visto en nuestro curso SEO y un tema tratado en el recurso [¿Cómo elegir palabras clave adecuadas para crear contenido digital en tu empresa?](#))

Por otro lado, puedes además considerar aquellas regiones en las que tu “competencia” tiene poca o ninguna presencia. Todo este análisis lo puedes hacer usando herramientas SEO que te permitan conocer la distribución de las palabras clave y tráfico orgánico de un dominio por país.

Es por esto que **Growth Hook** resalta, una vez más, la [importancia de la creación de contenido digital](#) creativo y de valor enfocada en palabras clave útiles para tu negocio que respondan a las necesidades del público objetivo.

## **Ejemplos de público objetivo**

Para definir tu público objetivo también debes tener en cuenta quién será tu cliente (una persona o una empresa) y si tu empresa



tiene objetivos lucrativos para considerar algunas personas decisoras de compras.

¿Por qué decimos esto?

Porque uno de los propósitos que puede tener cualquier entidad o emprendimiento es llegar a tantas personas como sea posible, ya sea de forma orgánica o directa. Por ejemplo:

1. **De forma orgánica** cuando el público objetivo pesquisa en los buscadores web información que desarrollas en tu sitio web, en las redes sociales de la marca, fórums u otras plataformas de contenido digital y tu marca le sale al encuentro.
2. **De forma directa** cuando haces uso de los datos demográficos que caracterizan tu audiencia para llegar a ellos por medio de **campañas de marketing digital**. También cuando el público objetivo podría acceder a tu sitio web mediante un marcador de un navegador o desde un enlace que le haya enviado otra persona.

Ten en cuenta que si tu empresa es **B2C** (business-to-consumer), tus productos y servicios serán ofrecidos directamente a los consumidores y si tu empresa es **B2B** (business-to-business), serán ofrecidos a otras empresas.

Por tanto, veamos dos ejemplos que te ayuden a entender **cómo definir el público objetivo de tu empresa** a partir de los datos demográficos que lo caracterizan.



## Público objetivo de una empresa B2B proveedora de una plataforma CRM

### **Datos demográficos del público objetivo:**

- Región: México, República Dominicana y Panamá.
- Ocupación: Director Ejecutivo (CEO), Gerente de Marketing, Gerente de Ventas y Ejecutivo de Cuentas.
- Tamaño de la empresa: más de 10 empleados.

## Público objetivo de una empresa B2C proveedora de alimentos

### **Datos demográficos del público objetivo:**

- Edad: mayores de 18 años.
- Región: Porto

## **Plataformas digitales para encontrar tu público objetivo**

Existen diferentes plataformas gratuitas y de pago que pueden ayudarte a encontrar tu audiencia teniendo en cuenta los datos demográficos e intereses definidos y los objetivos e ingresos de la empresa. Entre ellas están:

1. Meta Business Suite
2. LinkedIn
3. LinkedIn Sales Navigator



#### 4. Snovio

### Meta Business Suite

Plataforma que te permite manejar la presencia online de tu negocio y tus anuncios en Facebook, Instagram y Messenger. Cuando creas tus anuncios pagos en esta plataforma tienes la opción de elegir los datos demográficos e intereses que caracterizan a tu público objetivo.

### LinkedIn

Esta plataforma social gratuita orientada a empresas y profesionales te permite filtrar búsqueda de usuarios por región, ocupación, nombre de compañía, industria, idioma, entre otros. Desde esta plataforma también puedes hacer búsquedas de compañías, productos, servicios, cursos, trabajos, etc.

### LinkedIn Sales Navigator

Esta solución de ventas paga de LinkedIn te permite hacer búsquedas avanzadas; es decir, concatenar filtros de búsquedas de usuarios con compañías pudiendo filtrar al mismo tiempo la región de la empresa, ocupación del usuario, industria, tamaño de la empresa, categoría del servicio que ofrece, entre otros. Incluso ofrece las posibilidades de guardar las listas de tus búsquedas y



adicionar automáticamente en ellas nuevas personas encontradas que coincidan con tus opciones de filtros.

## Snovio

Una plataforma de automatización de ventas gratuita y paga conocida también como un sistema CRM enriquecido que ofrece varias herramientas para encontrar tu público objetivo por medio de datos demográficos.

## Conclusiones

Como puedes apreciar, definir tu público objetivo de forma correcta te ayudará a enfocar y dirigir tus productos y servicios a las personas adecuadas. No siempre todas las personas que forman parte de tu público se convertirán en tus clientes finales, pero a medida que vayas trabajando en **campañas de marketing digital** que te ayuden a **generar confianza y alcanzar buena reputación de la marca entre el público objetivo**, ganarás más popularidad y reconocimiento de marca, favoreciendo así tu ciclo de ventas.

En nuestra **Estrategia de Marketing Digital** te ofrecemos campañas dedicadas exclusivamente a generar confianza y alcanzar buena reputación de la marca, pues como dice *Proverbios 22:1 NVI* **Vale más la buena fama que las muchas riquezas, y más que oro y plata, la buena reputación.**