

## ANALISIS DE LA AUDIENCIA

Llena los espacios para identificar las diferentes características de tu audiencia. Subraya los factores más importantes. Escribe una descripción de ese segmento, luego construye tu historia dirigida a esa audiencia específica. Puedes usar información que obtuviste de la herramienta "Persona Map" y "Value Proposition Canvas"

### DEMOGRÁFICOS

Edad

Educación

Género

### ETNOGRÁFICOS

Necesidades  
Social

Necesidades  
Culturales

### PSICOGRÁFICOS

Usa personal map

Personalidad

Valores

Actitudes

Intereses

Estilo de vida

Ahora haz un ejercicio empático y describe cómo es su vida:

---

---

---

---

---

---

¿Cuáles son las ganancias esperadas de tu audiencia?  
(Usa Value Proposition Canvas)

---

---

---

---

---

---

¿Cuáles son los dolores de tu audiencia?  
(Usa Value Proposition Canvas)

---

---

---

---

---

---

¿Cuáles son los trabajos o tareas (*Jobs To Be Done*) que tu audiencia quiere resolver?  
(Usa *Value Proposition Canvas*)

Funcionales

Emocionales

Sociales

¿Cómo podemos resolver sus problemas?  
(Usa *Value Proposition Canvas*)

¿Qué queremos que pase después que nos escuchen?

\* Toma en cuenta que si vas dirigido a un business to business, tienes que humanizar a las personas que serán tus usuarios o que quieren resolver algo dentro de las organizaciones. Por ejemplo: Si alguien ofrece información de mercado como un servicio, su audiencia o cliente no es una organización, tal vez su cliente o audiencia sean directores de marketing.