

# BUYER PERSONA NUESTROS CLIENTES POR EDADES





# BUYER PERSONA - NUESTROS CLIENTES POR EDADES

Para describir a los buyer personas o clientes potenciales para un producto que combina estudios y trabajo, es útil segmentar por grupos de edad y entender sus motivaciones, necesidades y desafíos específicos. Aquí te dejo una descripción general para diferentes rangos de edad:

## 1. Jóvenes Adultos (18-24 años)

Motivaciones	<ul style="list-style-type: none"><li>• Obtener experiencia laboral mientras continúan sus estudios.</li><li>• Independencia emocional al viajar solo</li><li>• Encontrar oportunidades que les ayuden a comenzar su carrera.</li><li>• Buscar flexibilidad para equilibrar el estudio y el trabajo.</li><li>• Aprender o perfeccionar un segundo idioma.</li><li>• Primeras experiencias laborales.</li></ul>
Necesidades	<ul style="list-style-type: none"><li>• Programas que ofrezcan horarios flexibles.</li><li>• Oportunidades de prácticas y experiencia en el campo de estudio.</li><li>• Apoyo académico y profesional para gestionar ambas responsabilidades.</li><li>• Generación de ingresos a corto plazo.</li><li>• Independencia financiera de los padres.</li></ul>
Desafíos	<ul style="list-style-type: none"><li>• Manejo del tiempo entre estudios y trabajo.</li><li>• Inseguridad sobre el futuro profesional.</li><li>• Presión financiera y de rendimiento académico.</li><li>• Desapego emocional a su país de origen.</li><li>• Desapego familiar.</li><li>• Toma de decisiones assertivas sobre la elección de destino y estudios.</li><li>• Expectativas familiares sobre los objetivos que se deben alcanzar.</li></ul>

## 2. Adultos Jóvenes (25-34 años)

Motivaciones	<ul style="list-style-type: none"><li>• Avanzar en su carrera profesional mientras obtienen más cualificaciones.</li><li>• Mejorar su posición en el mercado laboral o cambiar de carrera.</li><li>• Buscar equilibrio entre desarrollo profesional y crecimiento personal.</li><li>• Mejorar posición económica y adquisitiva en su país de origen.</li><li>• Generar mayores recursos para adquisición de bienes.</li><li>• Mejorar experiencia para mejores oportunidades profesionales.</li><li>• Apoyar financieramente a su familia cercana, padres.</li><li>• Proyección a mediano plazo de construcción de negocio o emprendimiento.</li><li>• Proyección familiar en el extranjero y no en su país de origen.</li><li>• Retomar proyectos pasados, estudio, idiomas o emprendimientos.</li></ul>
--------------	---



<b>Necesidades</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Programas de estudio que complementen su experiencia laboral.</li><li>• Oportunidades de networking y desarrollo profesional.</li><li>• Flexibilidad para avanzar en sus estudios mientras manejan responsabilidades laborales y personales.</li><li>• Creación de oportunidades a futuro para hijos.</li><li>• Necesidades financieras por cubrir en país de origen.</li><li>• Idiomas requeridos en su trabajo para avanzar en la escala de crecimiento profesional.</li><li>• Proyectos o bienes por adquirir que demandan mayor poder adquisitivo.</li></ul>
<b>Desafíos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Compaginar el trabajo con estudios y, en algunos casos, con responsabilidades familiares.</li><li>• Manejo del estrés y equilibrio entre la vida laboral y personal.</li><li>• Necesidad de programas educativos que sean relevantes para su carrera.</li><li>• Arraigo familiar o residencia en su país de origen.</li><li>• Hijos pequeños en crecimiento y desarrollo.</li><li>• Decisión de cambio de residencia a mediano plazo.</li><li>• Cobertura de presupuesto familiar y de viaje por estudio en el extranjero.</li><li>• Delegar proyectos empresariales ya iniciados en su país de origen.</li></ul>
<b>Motivaciones</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mejorar sus habilidades para ascender en sus empleos actuales o hacer una transición profesional.</li><li>• Aumentar sus ingresos o cambiar a una nueva industria.</li><li>• Equilibrar estudios con responsabilidades familiares y laborales.</li><li>• Desafíos nuevos, proyectos nuevos, retos nuevos.</li><li>• Oportunidades de crecimiento personal y profesional por medio de idiomas.</li><li>• Cambio completo de estilo de vida y residencia.</li><li>• Plan de crecimiento de negocio propio.</li><li>• Plan de ahorros para el futuro.</li></ul>
<b>Necesidades</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Programas que ofrezcan aplicaciones prácticas y resultados directos para su carrera.</li><li>• Oportunidades para actualizarse en su campo o adquirir nuevas competencias.</li><li>• Flexibilidad para estudiar en horarios que no interfieran con sus responsabilidades laborales y familiares.</li><li>• Crecimiento financiero.</li><li>• Titulaciones nuevas que aporte a su CV y experiencia profesional.</li><li>• Hijos en adolescencia, presupuesto de gastos más alto.</li><li>• Cambio de vehículo o vivienda de mejor calidad.</li></ul>
<b>Desafíos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Gestión del tiempo entre trabajo, estudios y vida familiar.</li><li>• Superar la falta de tiempo para estudios debido a compromisos personales y profesionales.</li><li>• Adaptación a nuevas tecnologías y metodologías de estudio.</li><li>• Arraigo familiar y residencia.</li><li>• Organización de negocios o emprendimiento.</li><li>• Relaciones familiares e interpersonales en país de origen.</li></ul>



#### 4. Adultos Mayores (45-65 años)

Motivaciones	<ul style="list-style-type: none"><li>Prepararse para una nueva etapa profesional, como el retiro gradual o una nueva carrera.</li><li>Obtener certificaciones o habilidades que puedan alargar su vida laboral.</li><li>Buscar oportunidades para compartir su experiencia y conocimientos.</li><li>Hijos grandes y con familia, independencia nuevamente.</li><li>Retomar proyectos inconclusos.</li><li>Viajar y experimentar.</li><li>Conocer el mundo.</li></ul>
Necesidades	<ul style="list-style-type: none"><li>Programas que reconozcan su experiencia previa y la integren en el aprendizaje.</li><li>Cursos que ofrezcan flexibilidad y sean adaptables a sus horarios.</li><li>Apoyo en la transición a nuevas áreas de estudio o trabajo.</li><li>Transición a las nuevas tecnologías.</li><li>Actualización de nuevas herramientas en el mundo digital.</li><li>Desarrollo de proyectos inconclusos.</li><li>Sentirse productivos.</li><li>Generar ingresos que les permitan desarrollar nuevos proyectos.</li></ul>
Desafíos	<ul style="list-style-type: none"><li>Adaptarse a nuevas tecnologías y métodos educativos.</li><li>Equilibrar estudios con responsabilidades de vida y posiblemente, en algunos casos, con preparativos para la jubilación.</li><li>Motivación para mantenerse actualizado en un entorno laboral cambiante.</li></ul>

Estos perfiles te ayudarán a ajustar tu oferta para que se adapte a las necesidades y deseos específicos de cada grupo etario.

Como describir a los buyer personas o clientes potenciales según las edades, desde 18 a 65 años para el producto de estudio inglés y trabaja en el extranjero.

Para describir a los buyer personas o clientes potenciales interesados en un producto que combina estudios de inglés con oportunidades de trabajo en el extranjero, es esencial considerar cómo varían sus motivaciones, necesidades y desafíos en función de su rango de edad. Aquí te proporciono una descripción de los buyer personas segmentados por edad para este producto:

#### 1. Jóvenes Adultos (18-24 años)

Motivaciones	<ul style="list-style-type: none"><li><b>Aventura y Experiencia Internacional:</b> Buscar experiencias nuevas y emocionantes en un entorno extranjero.</li><li><b>Mejorar Habilidades Lingüísticas:</b> Obtener un dominio fluido del inglés que pueda abrir puertas a oportunidades profesionales globales.</li><li><b>Desarrollo Personal y Profesional:</b> Construir un currículum sólido mientras exploran nuevas culturas y establecen redes internacionales.</li></ul>
--------------	---





Necesidades	<ul style="list-style-type: none"><li><b>Programas de Inmersión:</b> Cursos intensivos de inglés combinados con prácticas o trabajos a tiempo parcial.</li><li><b>Asistencia en la Adaptación:</b> Apoyo en la adaptación cultural y logística para vivir en el extranjero.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li><b>Flexibilidad:</b> Opciones de estudio y trabajo que se adapten a sus horarios y capacidades.</li></ul>
Desafíos	<ul style="list-style-type: none"><li><b>Inseguridad Financiera:</b> Manejar los costos asociados con estudiar y trabajar en el extranjero.</li><li><b>Adaptación Cultural:</b> Superar el choque cultural y adaptarse a un nuevo entorno.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Equilibrio Estudio-Trabajo: Gestionar el tiempo entre estudios intensivos y responsabilidades laborales.</li><li>Independencia emocional: Gestionar sus emociones y sentimientos en cuando al arraigo familiar, que sea paulatino y no de golpe, experiencias de viaje apoyan en esta tarea familiar.</li></ul>

## 2. Adultos Jóvenes (25-34 años)

Motivaciones	<ul style="list-style-type: none"><li><b>Avance Profesional:</b> Mejorar el inglés para avanzar en su carrera o hacer una transición a una nueva industria.</li><li><b>Oportunidades Internacionales:</b> Buscar oportunidades de trabajo que les permitan obtener experiencia global y expandir sus redes profesionales.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li><b>Equilibrio entre Vida y Trabajo:</b> Integrar estudios de inglés en su vida profesional actual para mejorar su perfil profesional.</li></ul>
Necesidades	<ul style="list-style-type: none"><li><b>Programas Especializados:</b> Cursos de inglés enfocados en habilidades profesionales y oportunidades laborales relevantes.</li><li><b>Apoyo en la Carrera:</b> Oportunidades de trabajo en campos relacionados con su experiencia y objetivos profesionales.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li><b>Servicios de Asesoría:</b> Asistencia en la búsqueda de empleo y la integración en el país de destino.</li></ul>
Desafíos	<ul style="list-style-type: none"><li><b>Balance de Responsabilidades:</b> Equilibrar estudios de inglés con compromisos laborales y personales.</li><li><b>Retos Logísticos:</b> Gestionar los aspectos logísticos de mudarse y trabajar en un nuevo país.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li><b>Inversión Financiera:</b> Enfrentar los costos asociados con el estudio y la vida en el extranjero.</li></ul>

## 3. Adultos (35-44 años)

Motivaciones	<ul style="list-style-type: none"><li><b>Recalificación Profesional:</b> Aprender inglés para cambiar de carrera o avanzar en su trayectoria profesional.</li><li><b>Oportunidades Internacionales:</b> Buscar experiencias laborales en el extranjero que ofrezcan un crecimiento profesional y personal significativo.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li><b>Desarrollo Personal:</b> Experimentar nuevas culturas y ampliar sus horizontes personales y profesionales.</li></ul>
Necesidades	<ul style="list-style-type: none"><li><b>Programas a Medida:</b> Cursos de inglés que se alineen con sus metas profesionales específicas y oportunidades de empleo adaptadas a su experiencia.</li><li><b>Flexibilidad y Conveniencia:</b> Opciones de estudio y trabajo que consideren sus responsabilidades familiares y profesionales.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li><b>Apoyo en la Transición:</b> Servicios de apoyo para la reubicación y adaptación a un nuevo entorno laboral y cultural.</li></ul>



Desafíos	<ul style="list-style-type: none"><li><b>Responsabilidades Familiares:</b> Manejar el impacto en la vida familiar y la logística relacionada con el traslado al extranjero.</li><li><b>Adaptación a Nuevas Tecnologías:</b> Adaptarse a métodos de aprendizaje y entornos laborales que pueden ser diferentes a los que están acostumbrados.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li><b>Inversión en Educación:</b> Justificar la inversión en programas de inglés y costos de vida en el extranjero.</li></ul>
----------	--	--

#### 4. Adultos Mayores (45-65 años)

Motivaciones	<ul style="list-style-type: none"><li><b>Preparación para la Jubilación:</b> Mejorar el inglés para planificar una jubilación en el extranjero o para proyectos internacionales.</li><li><b>Experiencias Internacionales:</b> Buscar oportunidades para enriquecer su vida con experiencias en diferentes culturas.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li><b>Reconversión Profesional:</b> Aprender inglés para explorar nuevas oportunidades profesionales antes de la jubilación.</li></ul>
--------------	---	---

Necesidades	<ul style="list-style-type: none"><li><b>Programas Adaptados:</b> Cursos de inglés que sean prácticos y adaptables a sus necesidades profesionales y personales.</li><li><b>Apoyo Integral:</b> Asesoramiento en la reubicación, adaptación cultural y la búsqueda de oportunidades laborales apropiadas.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li><b>Acceso a Recursos:</b> Información sobre beneficios y recursos disponibles para personas de su grupo etario.</li></ul>
-------------	---	---

Desafíos	<ul style="list-style-type: none"><li><b>Adaptación al Cambio:</b> Superar el desafío de adaptarse a nuevas formas de aprendizaje y a un entorno laboral diferente.</li><li><b>Costos y Logística:</b> Manejar los costos asociados con el estudio y la vida en el extranjero, especialmente si están cerca de la jubilación.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li><b>Red de Apoyo:</b> Necesidad de una red de apoyo sólida para facilitar la transición y adaptación en el nuevo país.</li></ul>
----------	---	---

Estos perfiles te permitirán entender mejor las diferentes necesidades y deseos de tus clientes potenciales según su edad y ajustar tus ofertas y estrategias de marketing en consecuencia.

Conceptos relevantes para analizar en el buyer persona:

- ¿Cuáles son sus iniciativas prioritarias?** Haz referencia a los problemas a los que el Buyer Persona dedica la mayor parte de su tiempo. Así como sus recursos. Incorpora tus pain points para saber qué características de tu producto o servicio puede satisfacer sus necesidades.
- Los factores de éxito.** Lo ideal es que detectes las métricas tangibles e intangibles que cada Buyer Persona relaciona con el éxito. Quizás para algunos el éxito signifique aumentar ventas mientras que para otro sea mejorar la reputación.
- ¿Cuáles son las fronteras?** Investiga acerca de los factores que pueden hacer que el Buyer Persona se plantee si tú puedes satisfacer o no sus necesidades.
- ¿Cómo es su proceso de compra?**
- ¿Qué criterios sigue para tomar las decisiones?** Debes conocer todo acerca de qué características de tu producto tiene en cuenta, por qué te compra a ti y no a la competencia, etc.
- ¿Pregúntate qué necesidad satisface o cómo hace sentir a tus clientes?**