Comprador vs usuario

Habilidad: *Diferenciar entre el usuario final, el comprador y el influenciador en el proceso de adopción.*

¿Por qué importa esta habilidad?

En muchos mercados B2B, quien usa el producto no es quien lo compra. Ignorar esta diferencia lleva a pitchear a la persona equivocada, hacer las preguntas incorrectas en discovery y construir una propuesta de valor que no mueve la decisión de compra.

Qué se ve como un buen resultado

El equipo tiene un mapa claro de los actores de compra en su mercado Beachhead: quién usa, quién decide, quién paga y quién puede bloquear la compra.

Errores comunes

- Asumir que el usuario es siempre el comprador.
- Ignorar la figura del influenciador o gatekeeper.
- Construir el pitch solo para el usuario final.
- No identificar quién tiene autoridad de presupuesto.

Preguntas que el startup debe responder

- ¿Quién usa el producto en el día a día?
- ¿Quién aprueba la compra?
- ¿Quién tiene autoridad sobre el presupuesto?
- ¿Quién puede decir que no aunque no sea el decisor final?

Artifact requerido

? Mapa de actores de compra

Propósito: Identificar y documentar todos los roles involucrados en la decisión de adopción del startup.

Card vinculada: Comprador vs usuario

Instrucciones de desarrollo

1. Lista todos los roles que participan en la decisión de compra en tu mercado objetivo.
2. Para cada rol, define: ¿qué quiere?, ¿qué teme?, ¿qué poder tiene en la decisión?
3. Identifica al comprador económico (quien firma y paga).
4. Identifica al bloqueador más probable y piensa cómo abordarlo.

Estado esperado: Mapa con al menos tres roles identificados, con motivaciones y poder de decisión documentados.

Criterios de revisión del Artifact

- Incluye usuario, comprador y al menos un influenciador o bloqueador.
- Cada rol tiene motivación y nivel de poder documentados.
- Ha sido validado con conversaciones de discovery.
- El equipo usa este mapa para diseñar sus conversaciones de venta.

Estado: ? No iniciado | ? En progreso | ? Completo | ? Revisado | ? Cumple estándar | ? Fuerte/Sobresaliente

Criterios de completitud

- El mapa de actores tiene al menos tres roles definidos.
- Ha sido validado con potenciales clientes.
- El equipo lo usa para preparar conversaciones comerciales.

Rúbrica de revisión

Nivel	Descripción
No iniciado	No hay distinción entre usuario y comprador.
En progreso	Hay conciencia informal de los roles pero no está documentada.
Completo	El mapa tiene usuario y comprador identificados.
Revisado	Incluye influenciadores y bloqueadores con motivaciones.

Cumple estándar	El mapa guía el diseño de las conversaciones de venta.
Fuerte/Sobresaliente	Se actualiza con el aprendizaje de cada ciclo de ventas.

Cards relacionadas / siguiente paso

- Tipo de cliente
- Mercado de dos lados
- Lista objetivo de entrevistas

Revisión #2
Creado 2026-04-12 17:01:22 UTC por Gideon Blaauw
Actualizado 2026-04-13 15:46:34 UTC por Gideon Blaauw