Targeting

Identificar a quién entrevistar y asegurar buena cobertura del segmento.

- Lista objetivo de entrevistas
- Mapa de comprador
- Cobertura del segmento

Lista objetivo de entrevistas

Habilidad: *Identificar personas específicas y concretas para entrevistar en el mercado Beachhead.*

¿Por qué importa esta habilidad?

Las startups que "harán entrevistas con quien sea" no aprenden de forma sistemática. Una lista específica de personas a entrevistar convierte el discovery en un proceso con foco y permite medir la cobertura del segmento.

Qué se ve como un buen resultado

El equipo tiene una lista de al menos 20 personas específicas a entrevistar, con nombre, empresa, rol y justificación de por qué son relevantes para el Beachhead.

Errores comunes

- Hacer la lista después de hacer las entrevistas.
- Incluir en la lista personas que conocen al equipo y pueden ser demasiado positivas.
- No actualizar la lista con nuevas referencias generadas durante las entrevistas.
- Tener una lista de empresas en lugar de una lista de personas.

Preguntas que el startup debe responder

- ¿Quiénes son las personas que mejor representan al comprador del Beachhead?
- ¿Cómo llegamos a ellas: red directa, referencias, eventos, LinkedIn?
- ¿Tenemos ya contacto con alguna o necesitamos hacer outreach frío?
- ¿La lista es diversa en términos de empresa, rol y experiencia?

Artifact requerido

? Lista objetivo de entrevistas

Propósito: Documentar las personas específicas a entrevistar con contexto y método de acceso.

Card vinculada: Lista objetivo de entrevistas

Instrucciones de desarrollo

1. Lista 20 personas específicas: nombre, empresa, cargo, sector.
2. Para cada persona, escribe: ¿por qué es representativa del Beachhead?
3. Define el método de acceso: red directa, referencia, outreach frío.
4. Marca el estado: contactada, agendada, entrevistada, pendiente.

Estado esperado: Lista de 20 personas con contexto, justificación y estado de contacto.

Criterios de revisión del Artifact

- Mínimo 20 personas específicas identificadas.
- Cada persona tiene justificación de representatividad.
- El método de acceso está definido.
- El estado de cada contacto está actualizado.

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

Criterios de completitud

- La lista tiene 20 personas identificadas con contexto.
- Los estados están actualizados.
- La lista se usa para gestionar el proceso de discovery.

Rúbrica de revisión

Nivel	Descripción
No iniciado	No hay ninguna lista de entrevistados.
En progreso	Hay una lista de empresas pero no de personas.
Completo	La lista tiene 20 personas con contexto básico.
Revisado	El estado de cada contacto está actualizado.

Cumple estándar	La lista cubre diversidad de empresas, roles y tamaños dentro del Beachhead.
Fuerte/Sobresaliente	Se actualiza con referencias generadas en cada entrevista.

Cards relacionadas / siguiente paso

- Mapa de comprador
- Cobertura del segmento
- Ejecución de entrevistas

Mapa de comprador

Habilidad: *Distinguir usuario, comprador, decisor e influenciador dentro del proceso de adopción del Beachhead.*

¿Por qué importa esta habilidad?

Entrevistar solo a usuarios sin llegar al comprador económico da una imagen incompleta de la decisión de compra. El mapa de roles de compra asegura que el discovery cubre a todas las personas que importan.

Qué se ve como un buen resultado

El equipo tiene un mapa de los roles de compra en su Beachhead, con nombres de personas reales que ocupan cada rol en al menos dos o tres empresas del segmento.

Errores comunes

- Hablar solo con usuarios sin nunca llegar al comprador.
- Asumir que el rol de compra es el mismo en todas las empresas del segmento.
- No preguntar en cada entrevista quién más está involucrado en la decisión.
- Confundir el mapa de roles con el organigrama de una empresa.

Preguntas que el startup debe responder

- ¿Quién usa el producto en el día a día?
- ¿Quién aprueba la compra?
- ¿Quién tiene autoridad de presupuesto?
- ¿Quién podría bloquear la adopción aunque no sea el decisor formal?

Artifact requerido

? Mapa de roles de compra

Propósito: Documentar los roles de compra en el Beachhead con personas reales identificadas en cada rol.

Card vinculada: Mapa de comprador

Instrucciones de desarrollo

1. Define los cuatro roles: usuario, comprador, decisor económico, influenciador/bloqueador.
2. Para cada rol, escribe el perfil típico en el Beachhead (cargo, departamento, preocupaciones).
3. Identifica al menos dos personas reales que ocupan cada rol en empresas del Beachhead.
4. Define la estrategia de entrevista para cada rol.

Estado esperado: Mapa con cuatro roles definidos, personas reales identificadas y estrategia de entrevista por rol.

Criterios de revisión del Artifact

- Los cuatro roles están definidos con perfil típico.
- Al menos dos personas reales están identificadas por rol.
- La estrategia de entrevista es diferente para cada rol.
- El mapa fue construido con información de conversaciones reales.

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

Criterios de completitud

- El mapa tiene los cuatro roles con perfiles y personas reales.
- La estrategia de entrevista está diferenciada por rol.
- El equipo usa el mapa para planificar las conversaciones de discovery.

Rúbrica de revisión

Nivel	Descripción
No iniciado	No hay mapa de roles de compra.
En progreso	El mapa existe pero solo cubre usuarios.
Completo	El mapa tiene los cuatro roles con perfiles básicos.

Revisado	Hay personas reales identificadas en cada rol.
Cumple estándar	El mapa guía la estrategia de entrevistas y el proceso de venta.
Fuerte/Sobresaliente	Se actualiza con el aprendizaje de cada ronda de entrevistas.

Cards relacionadas / siguiente paso

- Lista objetivo de entrevistas
- Cobertura del segmento
- Comprador vs usuario

Cobertura del segmento

Habilidad: *Verificar que la muestra de entrevistados cubre bien el mercado Beachhead en diversidad y representatividad.*

¿Por qué importa esta habilidad?

Un discovery basado en personas muy similares produce sesgos. Si todas las entrevistas son con amigos del equipo o con empresas del mismo tamaño, los patrones detectados pueden no ser representativos del Beachhead.

Qué se ve como un buen resultado

El equipo tiene un tracker que muestra la distribución de entrevistados por empresa, rol, tamaño y geografía, y puede evaluar si hay brechas de cobertura que necesitan cubrirse.

Errores comunes

- Hacer 20 entrevistas con el mismo tipo de empresa.
- No rastrear la diversidad de la muestra.
- Pensar que más entrevistas compensan la falta de diversidad.
- No buscar activamente perfiles subrepresentados.

Preguntas que el startup debe responder

- ¿Hay empresas de distintos tamaños en la muestra?
- ¿Hay representación de distintos roles (usuario, comprador, decisor)?
- ¿Hay diversidad geográfica si el mercado la requiere?
- ¿Qué tipos de empresa o rol están subrepresentados?

Artifact requerido

? Tracker de cobertura del segmento

Propósito: Monitorear la diversidad de la muestra de entrevistas para garantizar que representa el Beachhead.

Card vinculada: Cobertura del segmento

Instrucciones de desarrollo

1. Define las dimensiones de cobertura relevantes: tamaño de empresa, rol, subsector, geografía.
2. Para cada entrevista completada, registra las dimensiones del entrevistado.
3. Genera un resumen visual o tabla que muestre la distribución actual.
4. Identifica las dimensiones subrepresentadas y agrega personas a la lista objetivo para cubrirlas.

Estado esperado: Tracker actualizado con distribución por dimensiones y análisis de brechas.

Criterios de revisión del Artifact

- Al menos tres dimensiones de cobertura están rastreadas.
- La distribución está actualizada con cada entrevista.
- Las brechas están identificadas.
- El equipo toma acción para cerrar las brechas detectadas.

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

Criterios de completitud

- El tracker está actualizado con la distribución de entrevistados.
- Las brechas de cobertura están identificadas.
- El equipo tiene acciones para cerrar las brechas más importantes.

Rúbrica de revisión

Nivel	Descripción
No iniciado	No hay ningún tracking de cobertura.
En progreso	El número de entrevistas se rastrea pero no la diversidad.
Completo	El tracker tiene tres dimensiones con distribución básica.

Revisado	Las brechas están identificadas y hay acciones para cerrarlas.
Cumple estándar	La muestra es representativa del Beachhead en las dimensiones clave.
Fuerte/Sobresaliente	Se actualiza con cada nueva entrevista y refleja la evolución de la muestra.

Cards relacionadas / siguiente paso

- Lista objetivo de entrevistas
- Mapa de comprador
- Síntesis de hallazgos