

GUÍA DEFINITIVA

DIFERENCIA ENTRE USUARIO, CONSUMIDOR, COMPRADOR Y CLIENTE

**Aunque pueda parecer una cosa
de locos, son distintos.**

MAKEMAS

**COPYRIGHT © 2022 POR MAKEMAS S.A.S.
TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS**

Gracias por descargar una edición autorizada de esta guía y por respetar las leyes del copyright al no reproducir, ni distribuir ninguna parte de esta obra sin permiso. Escribenos al correo innova@makemas.co para solicitar reproducciones o distribución de este documento.

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE DIFERENCIARLOS?

Para todo emprendimiento es fundamental conocer la diferencia entre estos términos, ya que muchas veces suele pensarse que son lo mismo; sin embargo, el papel que juega cada uno ellos en el mercado es distinto. Y ¿Por qué es importante diferenciarlos?, porque para cada uno se debe aplicar un conjunto de estrategias y ofrecer beneficios diferentes.



DEFINICIONES ENFOCADAS AL MARKETING

USUARIO

Es la persona que disfruta habitualmente de un servicio o del empleo de un producto.



COMPRADOR

Es aquel realiza la transacción sin ser necesariamente el consumidor directo, ni convertirse en cliente.

CONSUMIDOR

Es la persona que tiene una necesidad o el deseo a satisfacer.

CLIENTE

Ha adquirido el producto o servicio y ha quedado satisfecho por lo que repite y/o te recomienda.

¿POR QUÉ NECESITAMOS DIFERENCIAR ESTOS TÉRMINOS?

Básicamente para que las estrategias lleguen al público adecuado, es decir a aquellos a los que con el producto o servicio queremos satisfacer.

Primero hay que plantearse una serie de preguntas para llegar a una respuesta más acertada de lo que buscamos:

- ¿Qué soluciono? Qué necesidades directas e indirectas voy a solucionar.
- ¿A Quién? Edad, formación, estilo de vida, etc. establecer el buyer persona.
- ¿Quién va a pagar por el servicio o producto?
- ¿Dónde lo voy a ofrecer?
Plataformas digitales, tienda física, etc.



¿PUEDEN SER LA MISMA PERSONA?

Podríamos pensar de primeras que siempre es la misma persona y estaríamos en lo cierto en algunas ocasiones; se puede llegar a decir que es la misma persona, solo que va pasando por los distintos roles según la fase de compra en la que se encuentre.

Se inicia como usuario sin ser consciente, después pasa a ser consumidor en un momento dado, luego comprador cuando adquiere lo que va a cubrir su necesidad y en el caso de terminar satisfecho se convertirá en cliente.

Ejemplo

JUAN NECESITA UN DETALLE

Un caso cotidiano, cuando el novio (Juan) en una fecha especial esta buscando un detalle para su pareja (Sofia); le compra un perfume veamos que papel desempeña cada uno:



Usuario: Sofia, el perfume fue creado para la personalidad de ella.

Consumidor: Juan, quien necesita llegar con un regalo.

Comprador: Juan, realiza la elección, compra y pago.

Cliente: Sofia, es su perfume favorito y compra la misma fragancia en repetidas ocasiones.

CONCLUSIÓN

¿Cada término se refiere a una persona distinta? Sí, ¿una persona puede ocupar todos los términos durante el proceso de venta? También es correcto. Ya sean consumidores, compradores, usuarios o clientes, se debe evaluar cómo invertir los recursos guiados a cada uno de ellos, cómo personalizar los mensajes y qué estrategias idear con el fin de llegarles en diferentes proporciones y niveles de profundidad de acuerdo al objetivo de nuestro emprendimiento.