



Mini guía para *chequear tu marca*

Creamos esta mini guía para que puedas verificar en qué instancias deberías trabajar tu marca para que pueda dejar una huella positiva en el mundo.

Para lograrlo, es necesario que puedas comunicar de forma clara - y estratégica - algunos puntos claves como tu propósito, tu potencial social y tu identidad de marca. Además, es fundamental tener una estrategia de marketing bien consolidada que te ayude a lograr tus objetivos.

Con estas preguntas vas a poder determinar cuáles son tus puntos más fuertes y más flojos.

A las preguntas que respondas como "SI", asignales 1 punto, "MÁS O MENOS" 0.5 puntos.

A las preguntas que respondas como "NO", asignales 0 punto.

Estrategia de marca

S M N

- | | | | |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| ¿Tienes en claro cuál es el propósito de tu marca? | ☐ | ☐ | ☐ |
| ¿Sabes cuál es tu potencial social, qué le aporta tu marca al mundo? | ☐ | ☐ | ☐ |
| ¿Todas las actividades de tu marca se alinean bajo un mismo propósito? | ☐ | ☐ | ☐ |
| ¿Sabrías describir cuáles son tus valores de marca? | ☐ | ☐ | ☐ |
| ¿Tienes en claro cuál es tu público objetivo, tu nicho? | ☐ | ☐ | ☐ |

Identidad de marca

- | | | | |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Si tu marca fuera una persona física real, ¿podrías describirla fácilmente? | ☐ | ☐ | ☐ |
| ¿Tu marca tiene un tono de voz definido? | ☐ | ☐ | ☐ |
| ¿Tu logo representa a todo lo que tu marca significa? | ☐ | ☐ | ☐ |
| ¿Tienes una identidad visual consistente? (logo, paleta de colores, tipografías) | ☐ | ☐ | ☐ |
| ¿Comunicas de manera prolija y organizada? | ☐ | ☐ | ☐ |

Estrategia de marketing

- | | | | |
|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| ¿Tienes definidos objetivos de negocio y de comunicación? | ☐ | ☐ | ☐ |
| ¿Sabes cómo te gustaría que tu marca sea percibida de aquí a 5 años? | ☐ | ☐ | ☐ |
| ¿Consideras que están utilizando óptimamente tus canales de comunicación? | ☐ | ☐ | ☐ |
| ¿Tienes definidas métricas e indicadores para saber cuán efectivos están siendo tus esfuerzos de marketing? | ☐ | ☐ | ☐ |
| ¿Tienes datos sobre tus potenciales clientes y tus clientes? (ej: base de datos) | ☐ | ☐ | ☐ |



RESULTADOS

Estrategia de marca

Puntaje de 0 a 2.5:

Reflexiona sobre cómo comenzó tu marca, qué fue lo que te motivó a crearla o motivo a los creadores a llevarla adelante. Trata de poner en palabras todo lo que la marca significa para ti y como te gustaría que las personas perciban a tu marca de aquí a 10 años. Trata de identificar qué tienen en común las diferentes actividades que realizas desde tu marca y cómo podrían unificarse todas bajo un mismo paraguas.

Puntaje de 3 a 5: ¡Bien! Tienes varios elementos definidos. Analiza qué es lo que estás haciendo bien y qué no tanto, consulta con personas externas a tu emprendimiento para entender cómo otros perciben a tu marca, en dónde están las inconsistencias, qué podrías hacer para generar más impacto positivo en el mundo y cómo estás comunicando lo que eres y haces.



.....

.....

.....

.....

.....

RESULTADOS

Identidad de marca

Puntaje de 0 a 2.5:

¡Ups! Hay varias cosas para que trabajes. Comienza por identificar qué crees que es lo que estás haciendo bien, qué es lo que no y escríbelo. Busca marcas que tomes como referente en tu categoría para comprender cómo están comunicando y qué es lo que te faltaría pulir para lograr una marca profesional, consistente y, sobre todo, que represente tu propósito.

Puntaje de 3 a 5:

De todos los elementos que ya tienes definidos, identifica cuáles son los que vas a mantener y cuáles vas a modificar. Asegúrate de que toda tu identidad de marca esté alineada: tener sólo una o dos tipografías (tipos de letra), una paleta de colores definida, un logo profesional, un tono definido y fácil de transmitir y una comunicación prolija y alineada en todos los canales que utilizas.



.....

.....

.....

.....

.....

RESULTADOS

Estrategia de marketing

Puntaje de 0 a 2.5:

¡A poner manos a la obra! Empecemos por lo que estás haciendo bien, describe aquellas acciones de marketing que te funcionaron, analiza si puedes replicarlas y qué de ello te sirvió. Genera un plan de acción con objetivos concretos y plazo. Comienza a generar una base de datos de clientes en donde puedas contactarlos e involucrarlos en tus acciones de marketing.

Puntaje de 3 a 5:

Analiza los diferentes canales que estás utilizando para tus acciones de marketing, fija objetivos concretos para cada tipo de canal, unifica tus mensajes en función de tus objetivos y asegúrate de crear una comunidad de clientes activa y fiel a tu marca. Genera acciones de involucramiento que hagan que tus clientes se conviertan en tus mejores voceros de marca.



.....

.....

.....

.....

.....



¡Esperamos que esta mini guía te haya resultado útil para entender qué es lo que tienes que trabajar para optimizar tu marca!

En **nuestro blog** puedes encontrar más recursos para reforzar tu comunicación.

En nuestro curso online te compartimos un montón de herramientas, recursos y material de apoyo para que puedas trabajar tu marca, a tu ritmo y desde donde quieras.

Recopilamos varios ejemplos para que veas cómo ir trabajando en cada etapa y que puedas pulir todos los aspectos que estén un poco flojos.

Podes acceder desde acá.