

# Construyendo una marca desde cero

# ¿Quiénes somos?

Al momento de emprender, estrategizar y dedicarle tiempo a nuestra marca es de las mejores inversiones que podamos hacer: nos permitirá diferenciarnos, hablarle a nuestra audiencia objetiva, proteger nuestros productos y/o servicios, entre otros.

Sin embargo, antes de embarcarnos en el proceso, debemos entender rápidamente cuál es la diferencia entre **marca** e **identidad de marca**.

Una marca es un recurso intangible: es la percepción y sentimiento que los demás tienen sobre nosotros. La marca responde a la pregunta "¿Quién eres?".

Una identidad de marca, en cambio, es todo el sistema cohesivo que transmite quiénes somos. Es tangible. Por ejemplo: el nombre, el logo, colores, sonidos, voz y tono, entre otros.

Para definir la identidad de marca, antes debemos concretar quiénes somos. Con esta plantilla, podrás organizar rápidamente tus respuestas a esa pregunta.

## Esencia de marca

*¿Cuál es la gran idea? ¿Cuál es el propósito? ¿Cuál es la motivación detrás de esta marca?*

.....

.....

.....



# Misión

*¿Cuál es tu propósito? ¿A quién estás ayudando? ¿Cómo vas a lograrlo?*

*Se enfoca, mayormente, en el presente y qué medidas se están tomando para cumplirla.*

.....

.....

.....

# Visión

*¿Quién aspiras ser? ¿Dónde quieres estar?*

*Se enfoca en el futuro, en aspiraciones realizables. Es claro y específico.*

.....

.....

.....

# Valores

*¿Cuáles son los valores de tu marca? ¿En qué creen?*

*Son los principios por los cuales tu marca se rige.*

.....

.....

.....

.....

.....

# Atributos

*Si tu marca fuese una persona, ¿cómo sería? ¿Cuál sería su personalidad?*

*Son características para ayudarte a mantener una línea consistente con tu identidad.*

.....

.....

.....

.....

.....



# Propuesta única de valor

*¿Qué ofrece tu marca? ¿Qué la hace única en el mercado?*

.....

.....

## Audiencia objetiva

*¿A quiénes quieres captar? ¿Cómo son? ¿Cuáles son sus datos demográficos, su posición laboral, su estilo de vida?*

.....

.....

## Mercados clave

*¿En qué mercado te quieres posicionar? ¿En qué industria?*

.....

.....

## Referencias

.....

.....

## Competencia

.....

.....



# Matriz FODA

*Fortalezas · Oportunidades · Debilidades · Amenazas*

	Fortalezas	Debilidades
Interno		
	Oportunidades	Amenazas
Externo		



# Academia Pencil

**Más recursos en**

*<http://academia.pencilspeech.com/recursos/>*