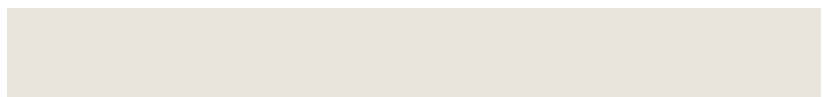


CHECKLIST

Básicos de tu Estrategia de Marca

ESTE CHECKLIST
ES DE:



¡BIENVENIDOS!



Me alegra mucho tenerte aquí.

Este checklist de trabajo resume los ítems básicos que necesitas para enfocarte y diseñar tu estrategia de marca.

Para realizarlo te sugiero que abras tu silencio, que elijas tu música favorita y que te prepares un rico café para que disfrutes de este proceso.

Dedica el tiempo que necesites para responder cuidadosamente a estas preguntas y sé lo más detallado/a posible.

Puedes completar el libro de trabajo de forma digital y luego imprimirlo si lo prefieres.

Magu

CONTENIDOS

01 CONFIGURA TU NEGOCIO

02 CONFIGURA TU CLIENTE IDEAL

03 CONFIGURA TU MENSAJE

01

CONFIGURA TU NEGOCIO

LA MISIÓN DE TU NEGOCIO

Identifica la misión de tu negocio que te ayudará a conectar con tu cliente ideal y profundizar conexiones.

Una etapa realmente importante antes de que identifiques a tu cliente ideal, ya que el mismo, se alinea de forma consciente al propósito y a la misión de tu negocio.

Al tener una comprensión clara de por qué hacés lo que hacés, ayudará a tus clientes ideales a construir una relación y conexión con vos y lo que ofrecés. Estas relaciones se traducen en ventas y reconocimiento de marca.

- ◆ SINTETIZA EN UN PÁRRAFO LAS RESPUESTAS A LAS SIGUIENTES PREGUNTAS: ¿A qué te dedicás?, ¿a quién ayudás y cómo los ayudás? Enfocate en tu servicio y metodología.

- ◆ ¿Cuáles son tus puntos fuertes y cómo esto puede ayudar a otros?
¿En qué se diferencia tu negocio de los demás?

02

CONFIGURA TU CLIENTE IDEAL

TUS SERVICIOS NO SON PARA TODO EL MUNDO

Cuanto más específico/a seas sobre con quién querés trabajar, más fácil será atraerlos.

DATOS DEMOGRÁFICOS:

Género:

Edad:

Estado civil:

Profesión:

Educación:

Ubicación:

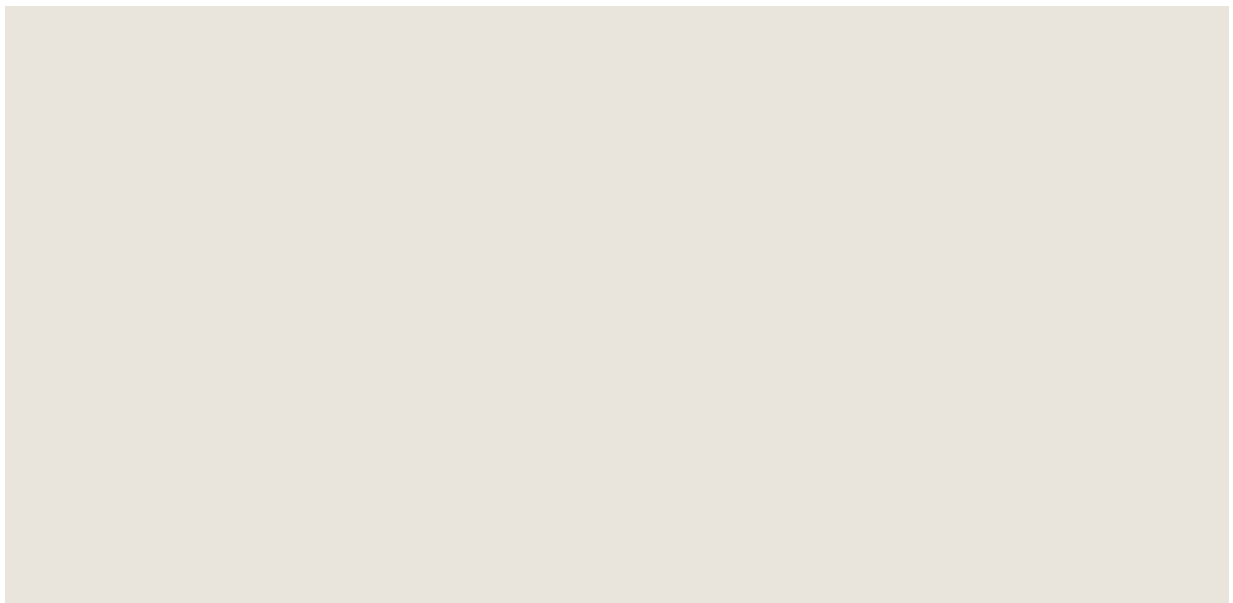
Ingreso:

ENUMERA 3 RASGOS DE PERSONALIDAD:

✦ ¿Cuáles son sus pasatiempos e intereses?



✦ ¿Cómo pasan su tiempo libre?

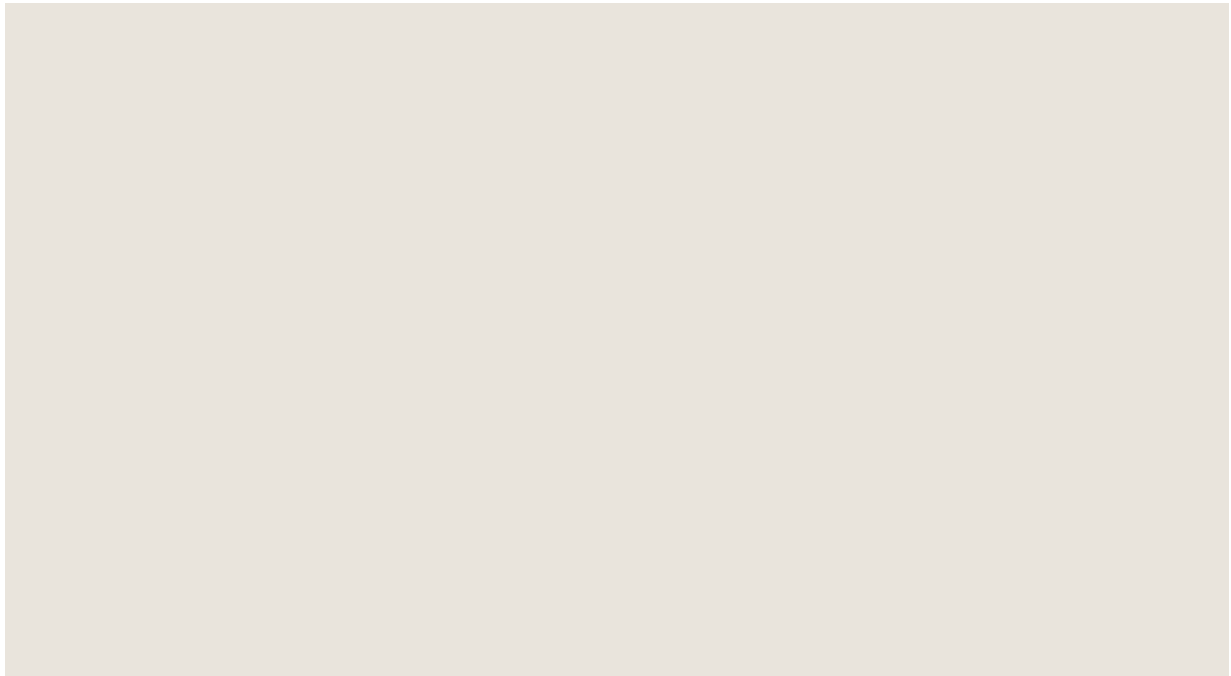


03

CONFIGURA TU MENSAJE

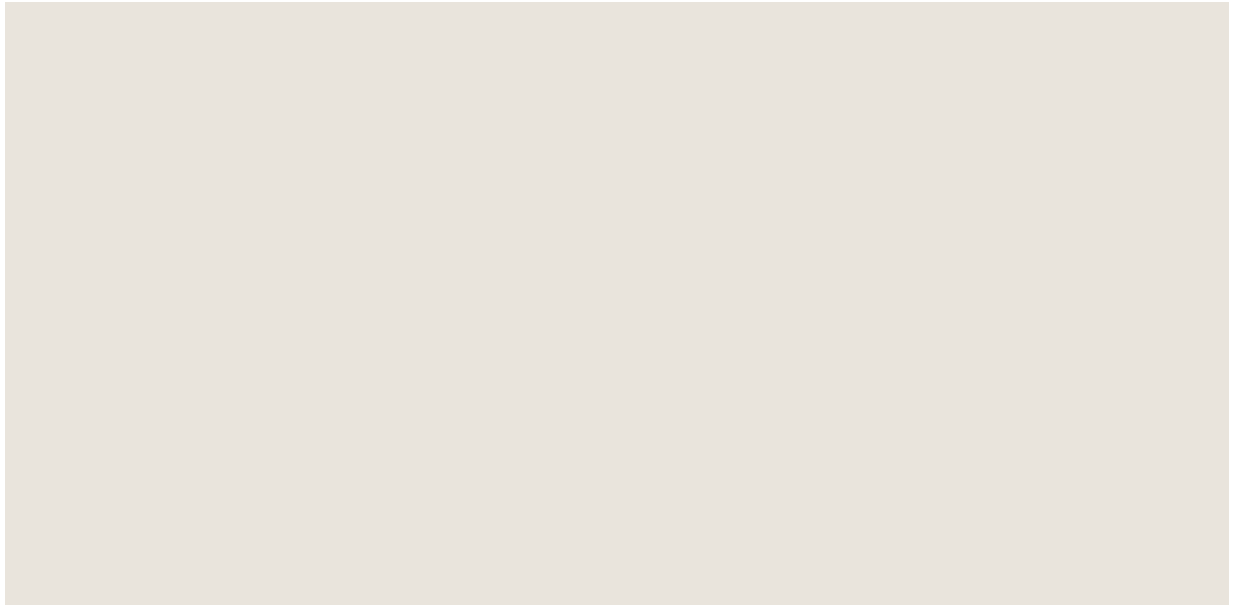
Ahora que tenés en claro quiénes son tus clientes ideales y exactamente cómo podés ayudarlos, tenés que enfocarte en el tipo de estilo de comunicación que utilizarás para poder conectar de la mejor forma posible con ellos.

- ✦ ¿Qué características tienen los mensajes de las marcas posicionadas que se dirigen al mismo público?

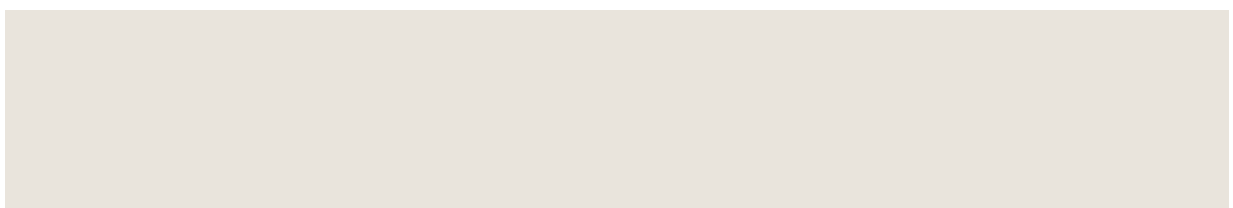
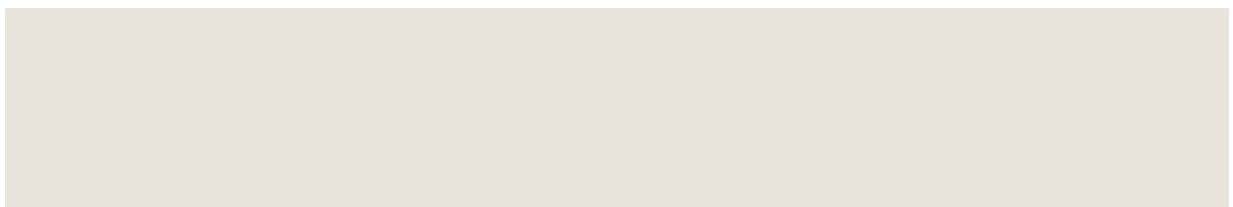
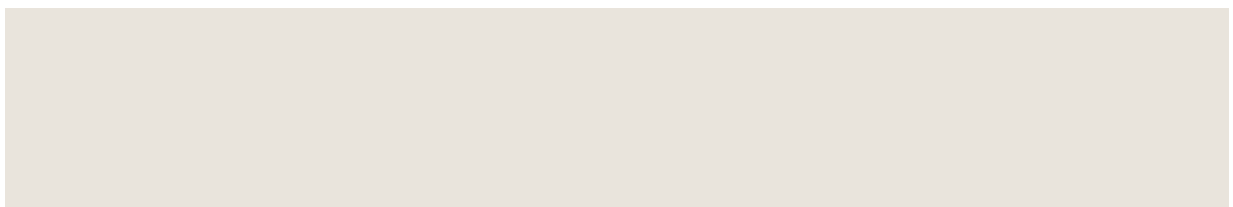


Identifica si son: formales, informales, técnicos, sencillos, educativos, entretenidos, amigables, distantes, etc....

- ✦ En base a la investigación anterior, reformula tu mensaje de marca de la página 5: ¿A qué te dedicás?, ¿a quién ayudás y cómo los ayudás?



- ✦ ¿Cuál es el mensaje pilar de cada uno de tus servicios?





¡GRACIAS Y MANOS A LA OBRA!

Espero que esta lista de básicos te sea útil
y puedas comenzar con tu estrategia de
marca.

Todos tenemos una marca personal, sólo
tenemos que aprender a gestionarla y
lograr que sea un negocio rentable.

¡Éxitos!

Magu