



Worksheet
para definir la
personalidad de
tu marca

oh vishnú

01

Antes de empezar
dale play a *esta playlist*



Primero lo primero

Este primer ejercicio es para poner en palabras la más “obvio” de tu marca. Aunque lo sepamos y lo tengamos super claro, ponerlo en palabras nos ayuda a bajar a tierra ese concepto que abarca todo lo que hacemos.

¿Cómo se llama tu marca?

¿De que se trata? ¿Qué solución aporta?

¿A quién vas a ayudar con tu producto/servicio?

¡Cuanto más detallado definas a tu cliente ideal ¡mejor! Respondé las preguntas ¿Quién es? ¿Cuántos años tiene? ¿A qué se dedica? ¿Qué gustos y hábitos tiene? ¿Dónde vive?

02

Un poco de introspección

Este ejercicio va a necesitar de unos minutos en silencio, para que conectes con vos, y ese deseo interior por emprender. Preparate tu infusión favorita y ubicate en un lugar cómodo para responder estas preguntas.

¿Por qué empezaste a emprender? ¿Qué fue lo que te impulsó?

¿Qué es lo que más te motiva en tu vida?

¿Cuál es tu objetivo? ¿Cómo te ves de acá a 5 años?

Tu marca, tu mundo

Ahora que ya sabés qué haces y porqué lo haces, llegó el momento de ir conociendo a fondo la esencia de tu marca, su espíritu y concepto.

¿Cual de estas personalidades identifican más a tu marca?

- Fresca y moderna*
- Seria e intensa*
- Dirruptiva y llamativa*
- Consciente y social*
- Lúdica y dinámica*

Si tu marca tuviese voz, ¿cómo crees que sonaría?

- Cálida y tranquila*
- Firme y concisa*
- Suave y serena*
- Fuerte y clara*
- Divertida y memorable*

Escribí acá 3 palabras que definan a tu marca

04

Cada marca es única

Así como no hay una persona igual a otra, tampoco debe haber una marca igual a otra. En este ejercicio queremos que descubras tu diferencial para que puedas explotarlo al máximo.

Ordená estos valores desde los más relevantes hasta los menos importantes en tu Branding, enumerando los casilleros.

- | | | |
|--------------------------------------|-----------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> Puntualidad | <input type="checkbox"/> Disfrute | <input type="checkbox"/> Empatía |
| <input type="checkbox"/> Claridad | <input type="checkbox"/> Atención | <input type="checkbox"/> Profesionalismo |
| <input type="checkbox"/> Orden | <input type="checkbox"/> Calidez | <input type="checkbox"/> Consciencia |

¿Cuál crees que HOY es el valor agregado de tu marca?

- Asesoramiento 24/7
- Puntualidad y tiempo de entrega
- Trabajo 100% personalizado
- Costos
- Calidad y terminación
- Otro *¿cuál?* _____

Del 1 al 10 cuánto identifican a tu marca las siguientes frases:

Respondo de manera ágil a cada consulta.

Tengo un horario de respuesta y me tomo el tiempo para que cada una de ellas sea personalizada.

Prefiero decir que NO antes que involucrarme con algo que no es mi fuerte.

Soy versátil y me acomodo a lo que el cliente pide.

La calidad de mi producto o servicio es inconfundible.

El costo/beneficio está super alineado en mi marca.

La imagen

Ya descubrimos como es tu marca por dentro, ahora vamos a lo externo. ¿Cómo se ve? En este ejercicio queremos que definas que colores están más alineados a la esencia que definiste anteriormente.

Paleta de colores disruptiva y llamativa



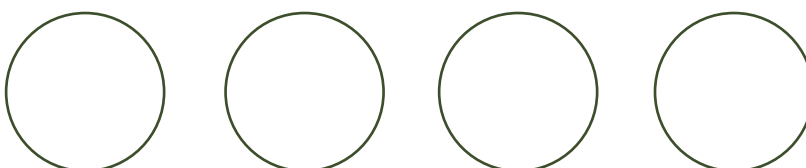
Paleta de colores clásica y calma



Paleta de colores fresca, jovial y divertida

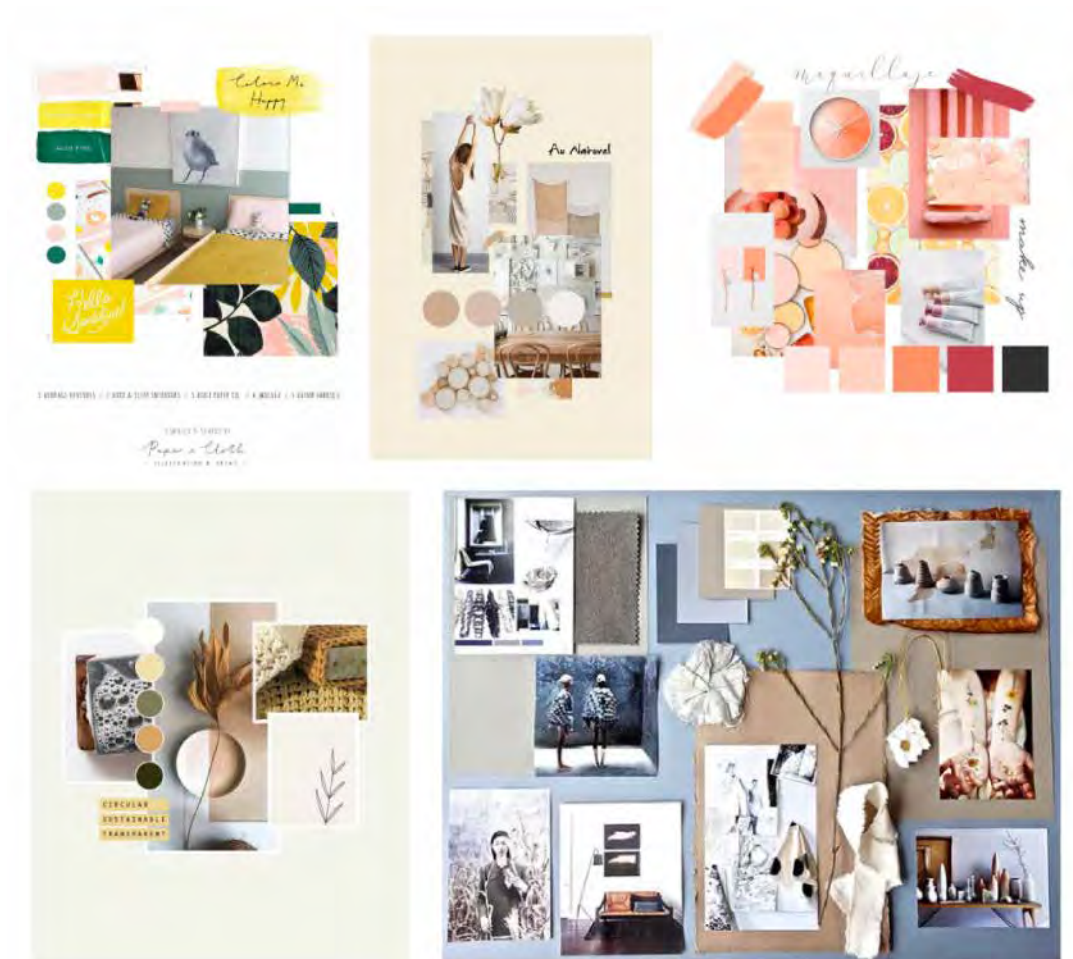


Si no te sentís identificada con ninguna, podés crear la tuya



Trasladá todo a un moodboard

Un Moodboard es un tablero de inspiración, te ayuda a visualizar todo esa esencia que definiste mediante imágenes, texturas, colores, formas, palabras. Podés crearlo digitalmente en aplicaciones como Canva, o armar un tablero con recortes de revistas, fotos, materiales...



¿Querés empezar ahora?

Acá te dejamos algunos templates de Canva para que pongas manos a la obra y despiertes tu creatividad.

[Clic acá para ver templates](#)

Ahora sí, ¿Cómo es la personalidad de tu marca?

Para terminar, te recomendamos que repases cada una de las páginas de este Worksheet, para terminar de darle forma a la personalidad de tu marca. Chequeá cada uno de los ítems que tildaste o enumeraste y escribí acá la conclusión a la que llegaste:

Mi marca tiene una personalidad:

Se caracteriza por ser:

Sus principales valores son:

Su diferencial es:

Esta muy alineada a una estética así:



**Cada uno de estos ejercicios fueron
pensados como disparadores
para que con ellos empieces a hacerte
preguntas y abras la puerta del
autoconocimiento para descubrir
la personalidad de tu marca.**

**Definir todo esto te va a
ayudar el día de mañana a crear
una identidad visual fuerte que refleje
al 100% todo lo que anotaste
en cada página :)**

oh vishnú

| ESTUDIO |