[nombre del estudio]

2026

BRANDING
& WEB

[CUESTIONARIO] ESTRATÉGICO

Contacto

Nombre completo:

Ciudad / País:

Celular o Whatsapp:

Email:

Servicio

Branding ◯

Re-Branding ◯

Packaging ◯

Otro: _____ ◯

✱ Sobre tu marca:

Naming/ Nombre de marca:

Slogan *(ej: Nike - Just do it)* :

Canal de venta 1 *(ej: Instagram)* :

Canal de venta 2 *(ej: Pagina Web)* :

Qué productos o servicios ofreces:

Qué significa tu marca:

Como nace tu marca y el nombre de la misma:

[CORAZÓN] DE LA MARCA

Lo primero que tenemos que definir de tu marca son los valores, su misión y visión.

Definiendo esto podremos saber como hablarle al publico correcto y destacar en el mercado.

Cúal es el dolor que soluciona en el consumidor:

Cómo imaginas tu marca a futuro:

Cómo crees que podrias crear ese futuro:

[VALORES] DE LA MARCA

EJEMPLO: DISNEY

VALOR: NARRATIVA

VALOR: EXCELENCIA

Creemos en contar historias que toquen el corazón de las familias. Nos esforzamos por alcanzar la perfección en cada detalle, asegurando que la "magia" sea consistente tanto en nuestras películas como en la experiencia física de los parques. Tratamos a nuestros empleados y a nuestros invitados con el máximo respeto, fomentando un entorno inclusivo y seguro donde todos puedan disfrutar sin preocupaciones.

Valor 1:

Valor 1:

Valor 1:

Valor 1:

Valor 1:

Valor 1:

[PUBLICO] OBJETIVO

Debemos entender a la perfeccion a quien le estamos hablando para poder venderle nuestros productos.

Crea 2 modelos de clientes potenciales describiendolos de la siguiente manera

QUIÉN ES	DESCRIBILO
Edad *(rango)*	
Género:	
¿Dónde viven?	
¿A qué se dedican?	
¿Cómo es su estilo de vida?	
¿Qué le gustaría lograr en la vida?	
¿Qué marcas le gustan?	
¿De qué manera tu producto o servicio resuelve sus dolores?	
¿Cúal esperas que sea su experiencia de compra?	

[COMPETENCIA]

Identifiquemos que es lo que hace nuestra competencia para poder hacer las cosas distintas y destacar

Marcas dentro de tu nicho:

mencionar lo que te gusta y lo que no

Nombre:

Canal de venta:

Nombre:

Canal de venta:

Nombre:

Canal de venta:

Marcas que te inspiran

no tienen que ofrecer tu mismo producto o servicio

Nombre:

Canal de venta:

Nombre:

Canal de venta:

Nombre:

Canal de venta:

De todas las marcas de las que hablaste, describe que propuesta de valor distinta tiene tu marca:

[PERSONALIDAD] DE LA MARCA

Crear conexiones emocionales con nuestro publico es fundamental, ahora: si tu marca fuera una persona ¿Cómo seria?

✱ Guía de personalidades

[1] El cuidador

Cuida y protege a los demás.
Seguros y cariñosos.

EJM: VOLVO

[2] El sabio

Son conocedores y confiables.
Inteligentes y educados.

EJM: TED

[3] El héroe

Ayudan a mejorar el mundo.
Valientes, audaces y superadores.

EJM: ADIDAS

[4] El explorador

Les encanta descubrir nuevas experiencias.
Aventureros, inquietos.

EJM: THE NORTH FACE

[5] El mago

Hace los sueños realidad. Visionario,
carismático, transformador.

EJM: TESLA

[6] El divertido

Traen alegría, diversión y humor.
Espontáneos y tranquilos.

EJM: M&M'S

[7] El amante

Crean intimidad e inspiran amor y
placer. Apasionados y sensuales.

EJM: CHANEL

[8] El gobernante

Controlan y crean orden.
Líderes, jefes, modelos a seguir.

EJM: MERCEDES - BENZ

[9] El inocente

Buscan crear un impacto positivo. Buenos,
optimistas.

EJM: COCA COLA

[10] El creador

Son innovadores y crean valor.
Creativos, imaginativos.

EJM: LEGO

[11] El rebelde

Rompen las reglas
Diferentes, atrevidos.

EJM: HARLEY-DAVIDSON

[12] El amigo

Buscan conectar con los demás.
Auténticos, aterrizados.

EJM: TOYOTA

Personalidad 1:

Personalidad 2:

Personalidad 3:

Escribe 5 adjetivos que describan el tipo de lenguaje:

De que manera NO tiene que ser vista la marca:

¿Que opciones representan tu marca?

Moderna	Neutral	Tradicional
Divertida	Neutral	Seria
Casual	Neutral	Elegante
Rebelde	Neutral	Convencional
Realista	Neutral	Idealista
Urbana	Neutral	Natural
Accesible	Neutral	Exclusiva
Simple	Neutral	Compleja
Estable	Neutral	Dinámica

[DISEÑO]

A traves del diseño podremos reflejar todos los componentes que reflejen esta identidad y personalidad de nuestra marca.

¿Te gustaría ver reflejado algun elemento en la marca?

¿Hay algún elemento que bajo ningún punto puede utilizarse?

¿Hay algún color que deba utilizarse o algún otro que NO?

¿Hay algúna tipografia que deba utilizarse o algúna otro que NO?



[nombre del estudio]

2026

BRANDING
& WEB