

“Los 10 pasos para construir tu Imagen de Marca”

| | |
|--|-----------|
| <i>Introducción.....</i> | <i>2</i> |
| <i>Paso 1: Descubre la Esencia de tu Marca.....</i> | <i>3</i> |
| <i>Paso 2: Conoce a tu Cliente Ideal.....</i> | <i>5</i> |
| <i>Paso 3: Define tu Propuesta de Valor.....</i> | <i>7</i> |
| <i>Paso 4: Buscar un nombre “el Naming”.....</i> | <i>8</i> |
| <i>Paso 5: Diseña tu Identidad Visual.....</i> | <i>10</i> |
| <i>Paso 6: Construye la Historia de tu Marca.....</i> | <i>13</i> |
| <i>Paso 7: Define el Tono de Voz de tu Marca.....</i> | <i>14</i> |
| <i>Paso 8: Selección de Redes Sociales.....</i> | <i>15</i> |
| <i>Paso 9: Prepara el Lanzamiento de tu Marca.....</i> | <i>16</i> |
| <i>Paso 10: Checklist Final.....</i> | <i>17</i> |

BY ANA TEIXIDÓ ESTUDIO ©

Introducción >

¿Por qué es importante tener una imagen de marca?

Una buena imagen de marca no solo hará que te **elijan a ti** y no a la competencia, sino que también generará más confianza y atraerá a más clientes. Y eso, amiga mía, te ayudará a **aumentar tus beneficios**. Porque, seamos sinceras... ¿cuántas veces has elegido un restaurante por sus fotos o a tu ligue de Tinder por esa sonrisa perfecta?

Pues la imagen de marca es algo parecido: **es tu carta de presentación**. Pero no queremos quedarnos en lo superficial, porque por muy buenas fotos que tenga tu nuevo match, lo que realmente importa es lo que te transmite, si vibras en la misma sintonía o si compartís los mismos valores.

En esta guía quiero acompañarte a construir tu marca desde cero. Desde descubrir qué es lo que realmente te mueve, hasta elegir esos colores que van a transmitir esa buena vibra a tus clientes, **“Los 10 pasos para construir tu Imagen de Marca”** es tu mapa hacia una marca que no solo se vea bien, sino que también cuente una historia y sea la base sólida sobre la que puedas crecer.

No importa si estás empezando desde cero o buscando darle un nuevo aire a tu negocio, una imagen de marca sólida es la clave para que tu emprendimiento o empresa destaque y conecte de manera auténtica con quienes más importan: **tus clientes**.

Pero no te preocupes, no tienes que hacerlo sola. Esta guía práctica está diseñada para ti, la emprendedora que quiere ir más allá de un logo bonito o un nombre llamativo. **Te acompañaré paso a paso**, con un lenguaje cercano y apartados rellenables para construir tu marca, porque sí, hacerlo puede ser tan divertido como emocionante.

Así que prepárate, porque estás a punto de dar los pasos necesarios para que tu marca no solo sea reconocible, sino que también deje una impresión duradera. **¡Vamos a hacerlo juntas y, sobre todo, vamos a disfrutar del proceso!**

Si en algún momento te sientes un poco atascada o con más dudas que respuestas, no te preocupes, estamos juntas en esto. A veces, todo lo que se necesita es un café virtual y un poco de brainstorming para aclarar las ideas. Dos cabezas piensan mejor que una, ¿verdad?

**Te ofrezco mi servicio de Acompañamiento 1:1
2 Reuniones virtuales: 1 h. de Asesoramiento de Branding + 1 h. de Revisión de Branding.**

Este servicio está pensado especialmente para ti, que estás empezando y te gustaría trabajar en tu imagen de marca con ayuda de esta guía. Juntas, podemos enfocarnos en lo que más necesitas y resolver cualquier duda que surja en el camino.

¡Estoy aquí para apoyarte en cada paso del proceso!

Por solo
90€

Descubre la Esencia de tu Marca

¡Bien, ya estamos entrando en terreno firme! Ahora que hemos aclarado lo que es una marca y por qué necesitas una (más que un café en la mañana), es hora de ponerte manos a la obra y definir **qué es lo que representa a tu marca realmente**. Esto es como el alma de tu negocio, así que vamos a asegurarnos de que sea una que te haga sonreír cada vez que pienses en ella.

Misión, Visión y Valores

Vale, esto puede sonar a charla de jefe corporativo, pero en realidad es más como tener una buena charla contigo misma sobre por qué empezaste este negocio. Vamos a desglosarlo.



MISIÓN

¿**QUÉ hace la empresa?** Identifica el propósito central, pregúntate, ¿cuál es el objetivo principal de tu negocio?

¿**CÓMO lo hace?** ¿Qué problema resuelve?

¿**POR QUÉ lo hace?** ¿Quiénes son tus clientes ideales y qué necesitan?



VISIÓN

Aquí es donde sueñas en grande. La visión es una declaración aspiracional sobre el futuro de la empresa. Visualiza **cómo te gustaría que fuera tu negocio** en 5, 10 o 20 años.



VALORES

Esto es lo que te mantiene en el camino correcto, tu brújula moral en el negocio. Piensa en ellos como esos post-its inspiradores que tienes pegados en tu escritorio. Los valores son los **principios fundamentales que guían las decisiones** y el comportamiento de la empresa.



Rellenable



MISIÓN

Escribe una declaración que resuma el propósito de tu negocio en una o dos frases. Debe ser inspiradora y clara.

Ejemplo: "Mi misión es proporcionar soluciones de diseño gráfico accesibles y creativas que ayuden a las emprendedoras a destacar en un mercado competitivo."



VISIÓN

Responde a la pregunta: ¿A dónde quiero llegar?

Ejemplo: "Quiero ser el estudio de diseño gráfico de referencia para emprendedoras, creando marcas que no solo se vean bonitas, sino que reflejen los valores de mis clientas, y que atraigan de manera efectiva a sus clientes objetivo."



VALORES

Responde a las preguntas: ¿Qué principios y creencias son fundamentales para ti?

(Selecciona de 3 a 5 valores clave que guiarán tus decisiones).

Te dejo una lista de 30 valores que pueden representar tu marca, ¡encuentra los que más te representan!

- Creatividad:** Fomentamos la originalidad y la innovación en cada proyecto.
- Integridad:** Actuamos con honestidad y transparencia en todas nuestras interacciones.
- Compromiso:** Nos dedicamos al éxito de nuestros clientes y a superar sus expectativas.
- Calidad:** Mantenemos altos estándares en nuestro trabajo y en nuestros productos.
- Colaboración:** Valoramos el trabajo en equipo y el intercambio de ideas para lograr resultados óptimos.
- Empatía:** Escuchamos y comprendemos las necesidades y sentimientos de nuestros clientes y colegas.
- Innovación:** Buscamos constantemente nuevas y mejores formas de hacer las cosas.
- Responsabilidad:** Asumimos la responsabilidad de nuestras acciones y sus consecuencias.
- Sostenibilidad:** Nos esforzamos por prácticas que respeten el medio ambiente y promuevan la sostenibilidad.
- Excelencia:** Nos esforzamos por alcanzar la perfección en cada aspecto de nuestro trabajo.
- Transparencia:** Comunicamos abiertamente y de manera clara con nuestros clientes y colaboradores.
- Flexibilidad:** Nos adaptamos a los cambios y desafíos con una actitud abierta y positiva.
- Autenticidad:** Mantenemos la honestidad y la coherencia en nuestra comunicación y acciones.
- Diversidad e Inclusión:** Valoramos y promovemos un entorno inclusivo y diverso, donde todas las voces sean escuchadas.
- Pasión:** Trabajamos con entusiasmo y dedicación por lo que hacemos.
- Respeto:** Tratamos a nuestros clientes, colegas y socios con dignidad y consideración.
- Crecimiento:** Fomentamos el desarrollo personal y profesional continuo de nuestro equipo y de nuestros clientes.
- Orientación al Cliente:** Colocamos las necesidades y expectativas del cliente en el centro de nuestra estrategia.
- Innovación Continua:** Buscamos siempre maneras de mejorar y evolucionar en nuestros procesos y servicios.
- Ética:** Actuamos con un fuerte sentido de ética y moralidad en todos nuestros negocios.
- Responsabilidad Social:** Nos comprometemos a contribuir positivamente a la comunidad y a la sociedad en general.
- Confianza:** Generamos y mantenemos la confianza a través de nuestras acciones y palabras.
- Servicio al Cliente:** Priorizamos la satisfacción del cliente y brindamos un servicio excepcional en todo momento.
- Proactividad:** Tomamos la iniciativa y actuamos con anticipación para resolver problemas y mejorar procesos.
- Apertura:** Estamos abiertos a nuevas ideas, opiniones y enfoques, promoviendo un ambiente de crecimiento y aprendizaje.
- Resiliencia:** Enfrentamos los desafíos con fortaleza y persistencia, adaptándonos a las circunstancias cambiantes.
- Equidad:** Tratamos a todas las personas con justicia e imparcialidad, garantizando igualdad de oportunidades.
- Creatividad Colaborativa:** Promovemos la colaboración en la generación de ideas innovadoras y soluciones creativas.
- Eficiencia:** Buscamos realizar nuestras tareas de la manera más efectiva y productiva posible, maximizando los recursos.
- Inspiración:** Buscamos inspirar a nuestros clientes, colegas y comunidad a alcanzar sus metas y sueños.

Conoce a tu Cliente Ideal

¡Respira hondo y manos a la obra! Completa cada apartado con la información específica de tu cliente ideal. Esta guía te ayudará a poner cara y nombre a **esa persona especial a la que quieres conquistar con tu marca**. Cuanto mejor la conozcas, mejor podrás hablarle en su idioma y ofrecerle lo que realmente necesita.

1. Identificación del Cliente Ideal

Antes de lanzarte a mejorar tu marca, es súper importante que sepas exactamente a quién le estás hablando. **Piensa en tu cliente ideal como si fuera una persona real** (y no, no vale imaginarte a tu mejor amiga). Cuanto más detalle le pongas, más fácil será conectar con ella y hacer que diga: “¡Esta marca me entiende!”.

Rellenable

| Aspecto | Descripción | Tu cliente |
|----------------------------------|---|------------|
| Nombre | Dale un nombre ficticio a tu cliente ideal. Ponle cara, pero sobre todo, ¡nombre! | |
| Edad | ¿Qué edad tiene? ¿Ronda los 20, los 30, los 50? | |
| Género | ¿Es mujer, hombre o prefieres hablarle a un público mixto? | |
| Ubicación | ¿En qué ciudad o país vive? | |
| Estado Civil | ¿Soltera, casada, con hijos? No se trata de cotillear, sino de contexto. | |
| Nivel Educativo | ¿Hasta dónde llegó en los estudios? ¿Universidad, cursos online...? | |
| Ingresos Anuales | ¿Cuánto gana al año? Es útil para saber cuánto podría gastar en tu producto o servicio. | |
| Ocupación/Profesión | ¿En qué trabaja? ¿Qué sector le apasiona? | |
| Experiencia | ¿Cuántos años lleva en lo suyo? | |
| Intereses y Hobbies | ¿Qué le gusta hacer cuando no está trabajando? ¿Yoga, Netflix, viajes...? | |
| Redes sociales | ¿Qué redes utiliza? ¿Dónde puedo encontrarle? | |
| Valores | ¿Qué principios guían sus decisiones? | |
| Frustraciones y Problemas | ¿Qué le quita el sueño? ¿Qué la hace frustrarse? Aquí es donde tu marca puede entrar a salvar el día. | |
| Objetivos | ¿Qué sueña conseguir con su marca o en su vida profesional? | |

2. Necesidades y Problemas del Cliente

Antes de lanzarte a mejorar tu marca, es súper importante que sepas exactamente a quién le estás hablando. Piensa que aquí es donde entra la magia. Para ser la opción número uno en la mente de tu cliente ideal, primero necesitas entender qué le duele y qué necesita. Así podrás posicionarte como la solución que ha estado buscando.

| Problemas Identificados | Descripción Detallada |
|-------------------------|-----------------------|
| | |

Recursos adicionales ¡No estás sola en esto! Aquí tienes algunos recursos que te ayudarán a afinar aún más tu puntería:

- > **Make My Persona:** es una herramienta interactiva y fácil de usar para construir perfiles de clientes detallados.
- > **Google Forms:** te recomiendo que durante el proceso hagas una o varias encuestas para validar tus ideas y saber qué necesidades tiene tu cliente. Necesitarás alrededor de 200 respuestas para tener una opinión representativa (mejor si son desconocidos, así evitas el sesgo de “te quiero, así que diré que todo me encanta”). Para motivar la participación, podrías sortear un pequeño regalo, como una tarjeta regalo. ¿Quién se resiste?

Buscadores de palabras clave:

- > **SEMrush Keyword Magic:** para descubrir las palabras clave que puedes utilizar y que te acercarán a tu cliente ideal.
- > **Answer de public:** Lo que busca la gente en Google en relación a una palabra, puede darte ideas de las necesidades de tu cliente.

3. Análisis de Competencia

Para saber dónde estás parada, necesitas echar un vistazo a lo que están haciendo los demás. Este análisis te permitirá identificar en qué puedes mejorar y cómo diferenciarte de tus competidores. ¡Así es como ganarás la carrera!

| Aspecto | Competencia N°1 | Competencia N°2 | Competencia N°3 |
|---------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Nombre | | | |
| Productos/Servicios | | | |
| Precios | | | |
| Público Objetivo | | | |

- > **Mocqups.com:** podrás crear un gráfico con tus competidores y ver los huecos que hay en tu mercado, es una herramienta muy utilizada en marketing. Utiliza estos datos para perfeccionar las estrategias y asegurar el éxito.

Define lo que te hace Única

Propuesta de valor

Es una combinación de lo que ofreces, **cómo resuelves los problemas de tus clientes**, y lo que te hace única en el mercado.

Tu propuesta de valor es básicamente la razón por la cual tus clientes deberían elegirte a ti en lugar de a la competencia. Piensa en esto como tu "elevator pitch", pero sin la presión del tiempo.

Para explicártelo de manera simple, imagina que tu propuesta de valor responde a estas tres preguntas:

¿Qué ofreces? Describe el producto o servicio específico que proporcionas.

¿A quién se lo ofreces? Identifica a tu público objetivo o clientes ideales que más se beneficiarán de lo que ofreces.

¿Por qué es diferente o mejor? Resalta lo que hace que tu oferta sea única en comparación con otras alternativas en el mercado, ya sea por precio, calidad, características, experiencia del cliente, o cualquier otro factor relevante.

¿Cómo crearla?

Usa esta fórmula para definir tu propuesta de valor

AYUDO A [Cliente ideal] A CONSEGUIR [Beneficio] HACIENDO [Tu enfoque único]

Rellenable

Ejemplo: "Ayudo a mujeres emprendedoras y pequeñas empresas a conseguir una identidad de marca que no solo refleje la esencia de su negocio, sino que también impulse sus beneficios. A través de diseños personalizados con un estilo femenino y armonioso, integrando ilustraciones exclusivas, creo una conexión auténtica con su audiencia."

> Lectura Recomendada

- "Diseñando la propuesta de valor: Cómo crear los productos y servicios que tus clientes están esperando": Si te atascas en esta parte te recomiendo esta lectura, encontrarás ejemplos prácticos, es muy didáctico y visual.

Buscar un nombre “el Naming”

¡Es hora de una de las partes más emocionantes de crear tu marca: elegir el nombre perfecto! Ya has definido quién es tu cliente ideal, así que ahora toca ponerle un nombre que realmente destaque.

Un buen nombre para tu marca debe cumplir con 3 criterios clave:

- 01. Conexión Emocional:** Debe resonar con tus clientes y evocar sentimientos positivos. Piensa en algo que les haga decir: “¡Me encanta este nombre!”
- 02. Originalidad:** Asegúrate de que sea único en tu industria. No queremos que tu marca se pierda entre otras que suenan igual, ¿verdad?
- 03. Pertinencia Cultural:** Revisa que el nombre tenga connotaciones positivas en los mercados y culturas a los que te diriges. ¡Evita sorpresas desagradables!

Técnicas para generar ideas

Ahora que sabes lo que buscas, es hora de jugar un poco con las palabras. Aquí te dejo algunas técnicas que pueden ayudarte a dar con ese nombre que hará que tu marca brille:

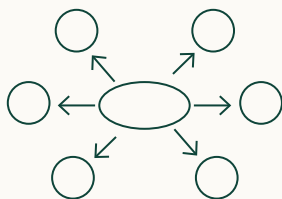
Lluvia de Ideas (Brainstorming)

Este sería siempre uno de los primeros pasos para crear un nombre. **Escribe cualquier palabra o idea** que se te ocurra sin filtrar nada. ¡Deja que tu mente divague y sorpréndete con lo que puede surgir!



Mapas Mentales

Coloca el concepto central (tu negocio) en el medio y empieza a ramificar ideas relacionadas. Puedes añadir palabras clave, sinónimos, y cualquier cosa que te inspire.



Combinación de Palabras

Mezcla palabras que describan tus servicios, valores o lo que te hace única. A veces, las mejores ideas surgen de combinaciones inesperadas.

“NEX” (para lo nuevo) + “TECH” = “NEXTECH.”
Conceptos Fusionados

“BRILLANTE” + “IDEAS” = “BRILLIANTIDEAS.”
Adjetivos + Sustantivos

ECOLÓGICA” + “SOLUCIÓN” = “ECOSOL”
Generación de Palabras Nuevas

Analogías y Metáforas:

Piensa en algo que represente tu negocio o tu propuesta de valor. Por ejemplo, si tu marca se centra en el crecimiento, podrías usar algo como “Raíces” o “Brotos.” Pensar fuera de la caja.



Ejemplos Inspiradores

Para darte un empujoncito extra, aquí te dejo algunos ejemplos de nombres que se han convertido en íconos:



Proviene de "googol", un término matemático que representa un 1 seguido de 100 ceros. Refleja su misión de organizar enormes cantidades de información.



Nombrado por el río Amazonas, simbolizando grandeza y diversidad. Desde el inicio, quería ser "la librería más grande del mundo".



Inspirado en la diosa griega de la victoria, un nombre corto y poderoso que evoca éxito y excelencia en el deporte.



Combinación de "AirBed and Breakfast", describiendo su concepto inicial de ofrecer alojamiento económico.

Rellenable

(Anota aquí todos los nombres que se te ocurran. No te preocupes si al principio parecen locos, ¡a veces las mejores ideas nacen de ahí!)

Evaluación de nombres

Una vez que tengas una lista de posibles nombres, es hora de empezar a filtrar. Aquí tienes algunos criterios para ayudarte a elegir el ganador:

- ¿Refleja la esencia de tu marca?** El nombre debe transmitir algo sobre tu negocio. Si te dedicas a algo moderno y fresco, el nombre debe sonar así. Si es algo más tradicional, tal vez quieras un nombre más clásico.
- ¿Es fácil de recordar y pronunciar?** La simplicidad es clave. Queremos que la gente recuerde tu nombre sin tener que esforzarse.
- Disponibilidad y legalidad:** Asegúrate de que el nombre no esté ya registrado por otra empresa en tu país o en los mercados donde planeas operar.
- Prueba con tu audiencia:** Si tienes una lista corta de nombres, prueba compartirla con amigos, familiares, o incluso en tus redes sociales. A veces, una perspectiva externa puede ser muy útil.

> Recursos adicionales

- **OEPM:** es el **buscador de marcas del gobierno de España**, comprueba que el nombre no está registrado, es un paso importante para no encontrarte con sorpresas más adelante.

Diseña tu Identidad Visual

Tu **identidad visual es como la primera impresión** en una cita a ciegas: ¡es crucial que refleje quién eres realmente y lo que ofreces! Es esa carta de presentación que le dice al mundo, “¡Hey, esta soy yo, y esto es lo que tengo para ofrecer!” Aquí te guiaré por los elementos clave para que tu marca no solo sea visualmente atractiva, sino también coherente y efectiva.

Psicología de las Tipografías

La tipografía que elijas para tu marca es más importante de lo que parece. No solo se trata de cómo se ve, sino de lo que comunica. Diferentes tipos de tipografías **pueden transmitir mensajes distintos**, y quiero ayudarte a encontrar la que mejor se alinee con lo que quieres comunicar.

Serif

Las tipografías serif tienen pequeños trazos o líneas en los extremos de las letras. Son clásicas y transmiten **confianza** y **formalidad**. Son ideales para textos largos donde se busca una lectura fluida y cómoda.

Times New Roman

Georgia

Garamond

Sans Serif

Las tipografías sans serif, como su nombre lo indica, carecen de esos trazos en los extremos de las letras. Son más modernas y limpias, perfectas para un look **minimalista** y **funcional**, especialmente en pantallas.

Arial

Helvetica

Verdana

Script

Estas tipografías imitan la escritura a mano y pueden variar desde estilos elegantes hasta más casuales. Si buscas **autenticidad** y **un toque personal**, esta es tu opción.

Brush Script

Lobster

Jane Austen

Display

Diseñadas para llamar la atención, las tipografías Display son **decorativas** y se utilizan principalmente en títulos y carteles. Son **impactantes** y **memorables**, pero no debes abusar de ellas, úsalas con moderación.

Comic Sans

Impact

Cooper Black.

Rellenable

(Anota las tipografías que crees que mejor representan la personalidad de tu marca. Puedes combinar una serif con una sans serif para lograr contraste y equilibrio.)





Psicología del Color

Los colores no son solo bonitos a la vista, ¡tienen superpoderes! Pueden influir en cómo la gente se siente y cómo perciben tu marca. Entender cómo los colores afectan las emociones y comportamientos de tu audiencia es clave para elegir una paleta que realmente conecte con ellos. Así que no se trata solo de elegir tu color favorito, sino de asegurarte de que los colores que elijas cuenten la historia correcta y resuenen con lo que quieres transmitir.



Colores Calientes




Estos colores suelen asociarse con energía, pasión y acción. Suelen ser llamativos y pueden evocar emociones fuertes.

-  **Rojo:** Evoca **pasión, energía y urgencia**. Puede estimular el apetito y la acción, lo que lo hace popular en marcas de comida rápida o productos que quieren transmitir dinamismo.
-  **Naranja:** Transmite **entusiasmo, creatividad y calidez**. Es acogedor y estimulante, ideal para marcas que quieren ser vistas como amigables y accesibles.
-  **Amarillo:** Representa **felicidad, optimismo y claridad**. Es perfecto para captar la atención y evocar alegría, aunque en exceso puede ser abrumador.
-  **Fucsia:** Sugiere **modernidad, feminidad y creatividad**. Es vibrante y llamativo, ideal para destacar y atraer la atención de un público joven y dinámico.



Colores Fríos




Los colores fríos suelen transmitir calma, confianza y profesionalismo. Son perfectos para marcas que quieren ser percibidas como serias y confiables.

-  **Azul:** Simboliza **confianza, serenidad y profesionalismo**. Es calmante y confiable, ampliamente utilizado en industrias como la tecnología y las finanzas.
-  **Verde:** Asociado con la **naturaleza, salud y crecimiento**. Evoca frescura y tranquilidad, lo que lo hace ideal para marcas de productos ecológicos o de bienestar.
-  **Morado:** Denota **lujo, creatividad y misterio**. Es sofisticado y evocador, utilizado a menudo en marcas de lujo o productos creativos.



Colores Neutros

Los colores neutros son versátiles y a menudo se utilizan como fondo o para equilibrar una paleta más vibrante. Son esenciales para crear un diseño equilibrado y sofisticado.

-  **Blanco:** Sugiere **pureza, simplicidad y limpieza**. Es versátil y puede ser utilizado como base, dando espacio para que otros colores brillen.
-  **Negro:** Representa **elegancia, poder y sofisticación**. Es atemporal y clásico, perfecto para marcas que quieren ser percibidas como serias y de alta calidad.
-  **Gris:** Evoca **neutralidad, equilibrio y profesionalismo**. Es sobrio y puede funcionar como un color base que permite que otros colores destaquen.

Rellenable

(Anota aquí qué emociones y mensajes quieres transmitir con los colores de tu marca. Piensa en cómo estos colores serán percibidos por tu audiencia y el contexto cultural.)

Tipos de Logotipo

Tu logotipo es la cara visible de tu marca, lo primero que la gente verá y recordará. Puede ser solo texto, un símbolo o una combinación de ambos. Piensa en él como el look que vas a llevar a todas partes, así que debe reflejar quién eres y qué ofreces.

Aquí te explico los diferentes tipos de logotipos y para qué son más adecuados:

Logotipo

Basado en texto, ideal si utilizas tu nombre como marca o si quieres que el nombre de tu marca sea lo más destacado.

TEXTO

Isotipo

Un símbolo que representa tu marca sin necesidad de texto. Esta opción sería solo para marcas ya consolidadas que todos reconocen fácilmente.



ICONO

Imagotipo

Una combinación de símbolo y texto, donde ambos pueden funcionar de manera independiente. Esta es la opción que más recomiendo, ya que es la más completa.



TEXTO + ICONO

Isologo

Una combinación de símbolo y texto que están integrados en un solo elemento gráfico, inseparables.



ICONO CON TEXTO



Para la web necesitas un... Favicon

No olvides crear un favicon para tu marca. Es ese pequeño icono que aparece en la pestaña del navegador y ayuda a los usuarios a identificar tu sitio web rápidamente. Un buen favicon debe ser simple, reconocible y debe funcionar en tamaño muy pequeño.

Para una marca personal... En la que usas tu nombre y no tienes ningún símbolo que te represente, te recomiendo usar un logotipo y sería interesante tener una versión simplificada con las iniciales como en este ejemplo:

LOUIS VUITTON



LV

Para una marca comercial... Te recomiendo un imagotipo en varios formatos, para las diferentes aplicaciones



Lo más importante es que tu logo transmita la esencia de tu servicio o producto y sobre todo, que te guste a ti.

> Recursos adicionales

- **Fontjoy:** en esta web podrás ver y escoger entre diferentes combinaciones tipográficas.
- **Colors:** podrás generar todo tipo de paletas de color con un solo clic y descargarlas.
- **Canva:** Para crear diseños gráficos de manera sencilla.

Construye la Historia de tu Marca

Crear una estrategia de marca sólida es como diseñar el mapa del tesoro que llevará a tu negocio directamente al éxito. Y sí, seguramente has oído hablar de “*humanizar la marca*”, porque es exactamente lo que vamos a hacer en este paso. El storytelling es tu herramienta secreta para **conectar profundamente con tu audiencia**, haciéndoles sentir que tu marca tiene un corazón que late fuerte.

Storytelling

El storytelling es la manera en que cuentas la historia de tu marca. Es esa narrativa que no solo informa, sino que conecta emocionalmente con tu audiencia, mostrándoles no solo qué haces, sino por qué lo haces.

Cómo crear una historia de marca efectiva:

- **Identifica los elementos clave de tu historia:** ¿Cuál es el origen de tu marca? ¿Qué te inspiró a empezar? ¿Qué desafíos has superado? Esta es la parte donde puedes **humanizar tu marca y mostrar su personalidad**.
- **Haz que tu audiencia sea la protagonista:** Tu historia debe enfocarse en cómo ayudas a tus clientes a resolver un problema o a alcanzar un sueño. No se trata solo de ti, sino de cómo puedes transformar la vida de los demás.
- **Dile al mundo que existes:** Comparte tu historia para crear conexiones y dejar una impresión duradera. Las personas se relacionan más cuando conocen la historia detrás de una marca.

> Lectura Recomendada

- **“Cómo construir una StoryBrand” de Donald Miller:** este libro te ofrece un enfoque práctico para crear una marca exitosa, utilizando la narrativa como herramienta clave para atraer clientes y construir una conexión emocional con ellos.

Rellenable

Escribe un breve párrafo que capture la esencia de tu historia y la de tu marca.

Define el Tono de Voz de tu Marca

¿Qué es el tono de marca?

El tono de tu marca es **cómo hablas con tu audiencia**. Piensa en ello como la personalidad de tu marca que se transmite a través de las palabras que eliges y la manera en que te comunicas. Es como si tu marca tuviera una voz propia que debería sonar igual en todos los lugares donde hablas, desde tus posts en Instagram hasta los emails que envías. ¡La coherencia es la clave!

Cómo definir el tono de tu marca

- **Refleja tu identidad:** Tu tono debe ser un espejo de quién eres como marca. Si eres una marca joven y divertida, habla con ligereza y un toque de humor. Si eres más seria y profesional, elige un tono más formal y directo. ¡El truco está en ser tú misma!
- **Conoce a tu audiencia:** ¿Cómo se comunica tu público objetivo? Piensa en qué tono les **hace sentir que les entiendes** de verdad. Habla su idioma, pero sin perder tu esencia. Es como encontrar el equilibrio perfecto entre ser tú y hacerte entender.
- **Sé consistente:** Mantén el mismo tono en todos tus canales de comunicación. Ya sea en un tweet, un correo o una respuesta a un comentario, **asegúrate de que tu audiencia siempre sienta que está hablando con la misma persona** (¡tu marca!). La consistencia no solo refuerza tu identidad, sino que también construye confianza.

Ejemplos de tono

Amigable y cercano

“¡Hola! Nos encanta tenerte por aquí. ¿Cómo podemos ayudarte hoy?”

Profesional y directo

“Estimado cliente, por favor, póngase en contacto con nosotros si necesita más información.”

Inspirador y motivacional

“¡Tu éxito es nuestra misión! Estamos aquí para ayudarte a alcanzar tus metas.”

Rellenable

Describe cómo quieres que suene tu marca cuando se comunica con los clientes. Piensa en las palabras, frases y el estilo que mejor representen tu personalidad de marca.

Selección de Redes Sociales

Los puntos de contacto son todas las formas en que tu marca interactúa con tus clientes, y las redes sociales son uno de los más importantes. Dependiendo de la edad y los intereses de tu audiencia, **algunas plataformas serán más efectivas que otras.**

Aquí te dejo una guía para elegir las redes sociales más adecuadas según las características de tu cliente ideal.

Redes Sociales según Edad y Hobbies

| Edad | Hobbies | Redes Sociales Más Adecuadas |
|------------|--|--|
| 18-24 años | Moda, Tecnología, Entretenimiento | Instagram, TikTok, YouTube <i>Instagram para mostrar un estilo de vida, TikTok para contenido divertido y YouTube para contenido más largo y tutoriales.</i> |
| 25-34 años | Viajes, Fitness, Gastronomía | Instagram, Pinterest, YouTube <i>Instagram para fotos y videos de estilo de vida, Pinterest para ideas de viaje y recetas, y YouTube para cursos.</i> |
| 35-44 años | Familia, Hogar, Salud | Instagram, Pinterest, LinkedIn, X (Twitter) <i>Instagram para fotos de familia y ocio, Pinterest para decoración y hobbies, LinkedIn para temas de trabajo y X para buscar información de actualidad.</i> |
| 45-54 años | Negocios, Bienestar, Lectura | Facebook, LinkedIn, X (Twitter) <i>Facebook para mantenerse conectado con amigos y familiares, LinkedIn para networking profesional, X (Twitter) para informarse.</i> |
| 55+ años | Cultura, Jardinería, Retiro | Facebook, Pinterest <i>Facebook para conectar con amigos y familiares, Pinterest para encontrar inspiración sobre sus hobbies.</i> |

Cómo optimizar tus redes sociales:

- **Mantén la coherencia:** Asegúrate de que todas tus redes sociales reflejen la misma identidad visual y el tono de tu marca. Desde el estilo de las imágenes hasta el tipo de contenido que compartes, todo debe estar alineado.
- **Personaliza la experiencia:** Interactúa con tu audiencia de manera significativa. Responde a comentarios, crea contenido que hable directamente a sus intereses y haz que cada interacción se sienta personal y relevante.
- **Asegura una experiencia fluida:** Tu audiencia debe poder moverse fácilmente entre tus diferentes plataformas de redes sociales y tu sitio web. Los enlaces deben ser claros y accesibles, y el contenido debe ser consistente en todas partes.

> Recursos adicionales:

- **Meta Business Suite:** podrás programar publicaciones en Facebook e Instagram, mientras tú te tomas un Gin Tonic.
- **Capcut:** editor de videos gratuito, podrás añadir subtítulos automáticamente, añadir efectos de audio y mucho más.

Prepara el Lanzamiento de tu Marca

¡Felicidades! Has llegado al punto donde todo lo que has trabajado en la creación de **tu marca se convierte en realidad**. Ahora, es momento de lanzarla al mundo y comenzar a ver cómo toma forma. Aquí te guiaré a través del lanzamiento de tu marca y cómo hacer ajustes en el camino para asegurar que sigas creciendo.

Lanzamiento de la marca

Lanzar una marca es emocionante, pero también puede ser un poco aterrador. Aquí tienes algunos consejos para asegurarte de que tu lanzamiento sea lo más suave y exitoso posible:

- **Crea expectativa:** Antes del lanzamiento, empieza a generar expectativa. Usa tus redes sociales, envía teasers, y haz que tu audiencia esté tan emocionada como tú por lo que viene.
- **Mantén la coherencia:** Recuerda todo el trabajo que hiciste para definir tu identidad visual y tu tono de marca. Ahora es el momento de asegurarte de que todo esté alineado. Desde tu logotipo hasta tu sitio web, cada punto de contacto debe reflejar la misma identidad.
- **Lanza tu web con estilo:** Tu sitio web es uno de los puntos de contacto más importantes en tu lanzamiento. Asegúrate de que sea fácil de navegar, que refleje tu identidad visual y que esté optimizado para conversiones. Aquí es donde la coherencia y la funcionalidad se unen para dar a tus visitantes la mejor primera impresión posible.
- **Recoge feedback:** Después del lanzamiento, recoge feedback de tus clientes y audiencia. ¿Qué les gustó? ¿Qué podría mejorar? Escuchar a tu audiencia te ayudará a hacer los ajustes necesarios para seguir mejorando.
- **Haz ajustes sobre la marcha:** No tengas miedo de hacer ajustes después del lanzamiento. El crecimiento es un proceso continuo, y lo más importante es ser flexible y estar dispuesta a adaptar lo que sea necesario.

> Herramientas de planificación y gestión:

- **Trello:** para gestionar tus tareas y proyectos.
- **Asana:** para desglosar y repartir tareas con tu equipo.
- **Hubspot:** herramienta para gestionar tus contactos, programar tu email marketing y mucho más.

Rellenable

Escribe los pasos clave que seguirás para lanzar tu marca. Piensa en las acciones previas al lanzamiento, cómo crear expectativa, y qué hacer después del lanzamiento para recoger feedback y ajustar.

Checklist Final

¡Hora de Revisar!

- He definido mi posicionamiento:** ¡Sí! Ya sé exactamente cómo quiero que mi marca sea vista en el mundo. Estoy lista para destacar.
- Tengo una historia de marca clara:** Mi historia es tan buena que podría enganchar a cualquiera. Mi audiencia va a conectar conmigo al instante.
- He definido el tono de mi marca:** Ya tengo claro cómo quiero sonar. Mi marca tiene una voz coherente y reconocible en todas partes.
- Mis puntos de contacto están alineados:** Desde mi Instagram hasta mi sitio web, todo está en perfecta sintonía. Cada punto de contacto refuerza mi identidad de marca.
- He creado un plan de lanzamiento:** ¡Preparada para el despegue! Tengo un plan bien pensado y detallado para lanzar mi marca con éxito.
- Estoy lista para ajustar y crecer:** Estoy más que preparada para adaptarme a los cambios y seguir creciendo. Este es solo el comienzo.

Conclusión

¡Enhorabuena, lo ha conseguido! Has recorrido todos los pasos necesarios para crear una marca que no solo es bonita, sino también estratégica y efectiva. Este es solo el comienzo de tu viaje como emprendedora. Recuerda que la clave para el éxito es seguir avanzando, ajustando y creciendo con el tiempo.

Ahora ya tienes todo lo que necesitas para conquistar con tu marca. **Es momento de salir y decirle al mundo que existes.** Espero que esta guía paso a paso te haya sido de gran ayuda y que hayas logrado plasmar todo lo que tenías en mente.

Tu marca está lista para conquistar.

¿Cómo? ¿No puedes marcar alguna de las casillas del checklist porque te has bloqueado? Déjame decirte que es normal parar, dar pasos hacia atrás y respirar hondo para continuar con tu objetivo. Construir tu marca es todo un reto y requiere de persistencia. De todas formas, te vuelvo a recordar que estoy aquí para hacer un café virtual y ayudarte a desatascar eso que ahora mismo tanto se te resiste.

**Recuerda que siempre tendrás a mano mi servicio de Acompañamiento 1:1
2 Reuniones virtuales: 1 h. de Asesoramiento de Branding + 1 h. de Revisión de Branding.**

Este servicio está pensado especialmente para ti, que estás empezando y te gustaría trabajar en tu Imagen de Marca con ayuda de esta guía. Juntas, podemos enfocarnos en lo que más necesitas y resolver cualquier duda que surja en el camino.

¡Estoy aquí para apoyarte en cada paso del proceso!

Por solo
90€

¡Hola! Soy Ana Teixidó, tu diseñadora gráfica de confianza. Llevo más de 15 años en el mundo del diseño, y si algo he aprendido en este tiempo es que un buen diseño puede cambiar la percepción de la gente y hacer destacar una marca de su competencia. Somos muy visuales. Me encanta contar historias a través del diseño, captar el estilo que cada clienta busca para su marca.

Tras trabajar para marcas como **Desigual y Women'secret**, decidí dar el salto y abrir mi propio Estudio de Diseño Gráfico, donde cada proyecto es una nueva aventura creativa. En mi estudio, me dedico a ayudar a emprendedoras y pequeñas empresas a crear marcas que seduzcan a sus clientes potenciales. Desde la creación de identidades visuales hasta el diseño de packaging, páginas web y todo tipo de elementos gráficos corporativos, mi objetivo es que tu marca grite a los cuatro vientos que existes. **¡Aquí te cuento todo lo que podemos hacer juntas!**

Mis Packs y Servicios de Diseño Gráfico

| | | |
|--|---|---|
| Pack Imagen Corporativa | <ul style="list-style-type: none">• Moodboard inspiracional• 3 propuestas de logotipo• 3 variaciones del logotipo• Paleta de 5 colores con códigos• Selección de 3 tipografías• PDF resumen Imagen Corporativa• 2 propuestas de diseño de tarjetas de visita• 2 propuestas de diseño de firma email• 3 reuniones por videollamada | <i>Ideal para emprendedoras que prefieren enfocarse en otras áreas del negocio y dejar la parte de la imagen de marca en manos de una profesional.</i> |
| Pack Imagen Corporativa + Web Lanzamiento | <p>Todo el Pack Imagen Corporativa +</p> <ul style="list-style-type: none">• Conexión de dominio a WordPress• Diseño web personalizado• Funcionalidad asegurada• Adaptabilidad/Responsividad de la web | <i>Perfecto para emprendedoras que buscan lanzar su marca con una identidad visual sólida y una web alineada y funcional, hecha en WordPress.</i> |
| Diseño Packaging y Etiquetas | <ul style="list-style-type: none">• Diseño de etiquetas para productos• Diseño de packaging para diferentes formatos• Mockups de presentación de productos• Asesoría en materiales y acabados• Revisión de arte final para impresión | <i>Diseño de packaging y etiquetas que no solo protegen tu producto, sino que también lo presentan de manera atractiva y coherente con tu identidad de marca.</i> |
| Diseño Redes Sociales | <ul style="list-style-type: none">• Creación de plantillas para publicaciones tanto de Reel, como publicaciones adaptadas a tu marca• Packs de publicaciones• Ideas de contenido• Diseño de Feed de Instagram | <i>Diseños personalizados para que tus redes sociales mantengan una estética coherente con la identidad visual de tu marca, ayudándote a destacar en plataformas clave.</i> |
| Diseño Promocional | <ul style="list-style-type: none">• Diseño de Presentaciones• Diseño de Flyers• Diseño de Folletos• Diseño de Carteles• Banners Publicitarios• Diseño de Cupón o Tarjeta de Descuento | <i>Diseño de todo tipo de materiales gráficos que puedas necesitar para dar visibilidad a tu producto o servicio.</i> |

Si necesitas cualquier servicio de diseño, consúltame y te haré un presupuesto sin compromiso.

¿Hablamos?

Agenda una consulta inicial, te asesoraré personalmente buscando la mejor solución para ti.



ANA Teixidó
ESTUDIO DE DISEÑO

hola@anateixido.com
anateixido.com

[@anateixidoestudio](https://www.instagram.com/anateixidoestudio)

