

Crea tu *esencia*
de marca.

¡Hola!

¿Estás preparado/a para adentrarte en el universo de tu marca?

Si estás leyendo estas líneas quizás tengas un proyecto entre manos, una idea o simplemente te interesa el mundo del branding. Todas las opciones son un buen punto de partida para entrenar la creatividad y reflexionar acerca de cómo quieres mostrarte al mundo. Es decir, qué te gustaría transmitir con tu propuesta de valor.

Cuántas veces hemos idealizado o rechazado una marca por “cómo nos entra por la vista”, por un eslogan o incluso por su nombre? Las primeras impresiones son, sin duda, muy importantes, pero mantener un discurso visual y verbal coherente y acorde con tus principios es clave para enamorar y fidelizar a tu audiencia. Por eso merece la pena dedicar un tiempo a visualizar qué quieres que sienta tu público cuando entre en contacto con tu marca.

La buena noticia es que todo está dentro de ti. Solo hay que pensar un poquito y (quizás) lo más difícil: tomar algunas decisiones. Con este ebook queremos acompañarte en este proceso mediante una serie de ejercicios que, personalmente, nos fueron muy útiles a la hora de aclarar las ideas y encontrar la esencia de NEVA. Ojalá te ayude a definir la personalidad de tu marca, ya sea un producto, servicio o marca personal.

Y si te inspira, ¡compártelo! Sharing is caring.

Selva y Cris.



Parte 1

Tu personalidad de marca

Estos ejercicios te ayudarán a poner luz a tu estrategia de marca, inspirarte y, lo más importante, definir tu *ESENCIA*. Recomendamos seguir el orden de las actividades para adentrarte poco a poco en los diferentes atributos de marca.

Si piensas en las emociones que quieres despertar cuando alguien experimente con tu marca, será mucho más fácil crear una identidad coherente y alineada con tus valores. Una vez hayas definido tu personalidad de marca, puedes volver a este documento de vez en cuando para no perder el foco y revisar algún punto, si fuera necesario.



Crea tu familia semántica

Elige unos 20 adjetivos que resuman cómo quieres que se vea y respire tu marca. No lo pienses demasiado, es sólo para empezar. Si alguno no está en la lista, añádelo tú mismo/a. Estos son algunos ejemplos:

- | | | | |
|-----------|--------------|-------------|-------------|
| atrevida | creativa | energética | positiva |
| zen | disruptiva | provocativa | simática |
| asequible | romántica | activa | simple |
| elegante | sobria | femenina | tradicional |
| premium | minimalista | delicada | atemporal |
| ética | extravagante | empoderada | |
| auténtica | fresca | fiable | |
| casual | cercana | seria | |
| divertida | glamurosa | honesta | |
| ingeniosa | optimista | sostenible | |
| clásica | orgánica | mainstream | |
| rompedora | apasionada | relajada | |
| cómoda | lujosa | elitista | |
| moderna | desenfadada | práctica | |
| indie | original | sofisticada | |

Escribe tus TOP 10 adjetivos.

¿Cuál de ellos quieres transmitir? Ordénalos por importancia. Luego reduce tu lista a sólo 3 adjetivos principales. Este paso es crucial porque es muy difícil transmitir más de unos pocos rasgos en una marca visualmente exitosa.

1.	<input type="text"/>	1.	<input type="text"/>
2.	<input type="text"/>	2.	<input type="text"/>
3.	<input type="text"/>	3.	<input type="text"/>
4.	<input type="text"/>	4.	<input type="text"/>
5.	<input type="text"/>	5.	<input type="text"/>

1.	<input type="text"/>
2.	<input type="text"/>
3.	<input type="text"/>

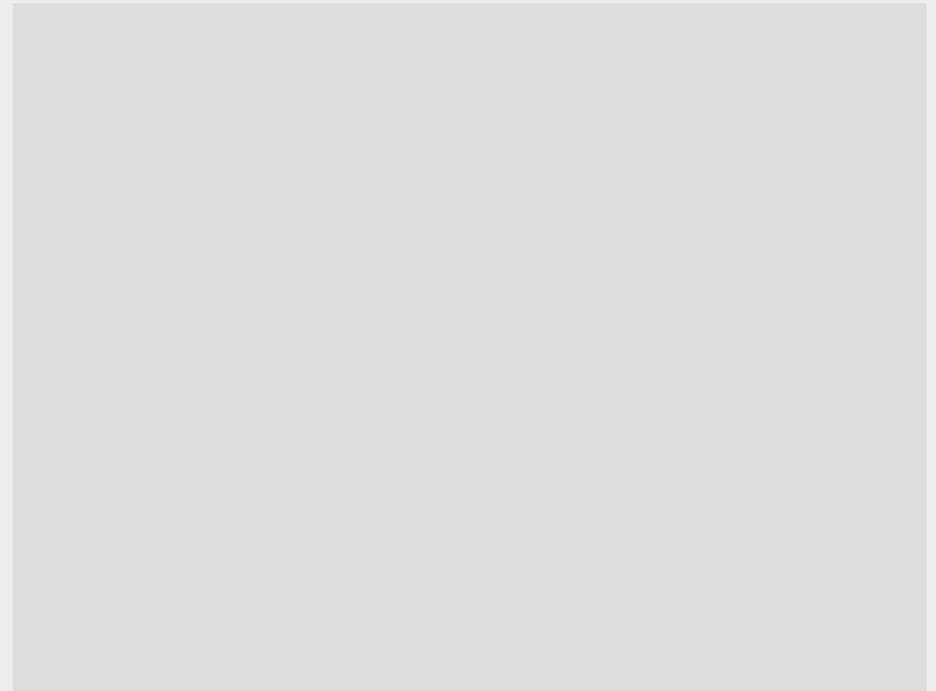
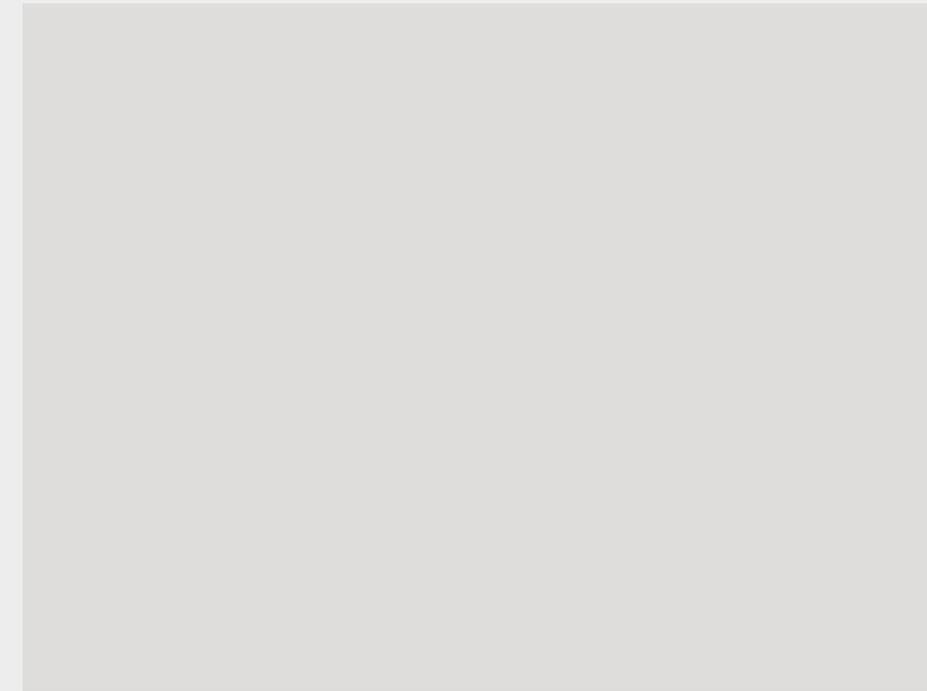


¿Quién es tu audiencia?

Imagina que tu audiencia es una sola persona y usa al menos un párrafo para describirla en detalle. ¿Qué hace para ganarse la vida? ¿Dónde compra? ¿Qué tipo de libros lee? ¿Cuáles son sus problemas, necesidades y deseos?

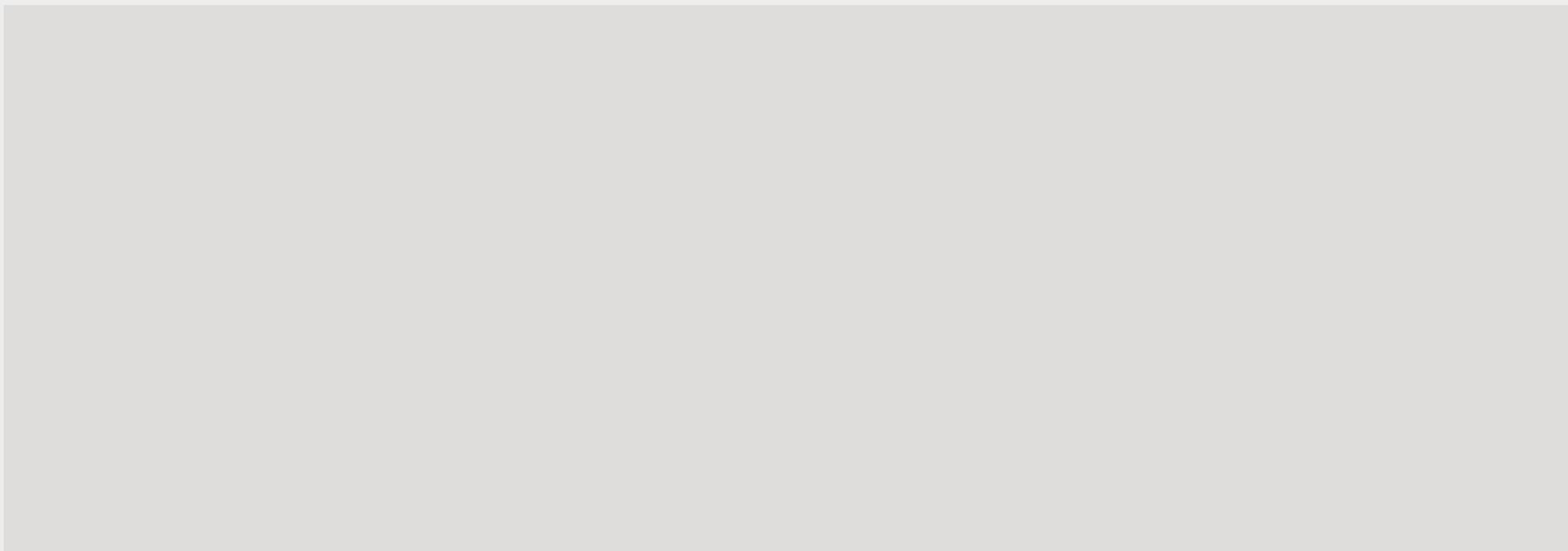
¿Qué te hace únic@?

Imagina que una clienta está entusiasmada hablando de tu producto/proyecto con una amiga. ¿Qué están diciendo? ¿Qué te distingue? ¿Por qué la gente se sentirá atraída por tu producto?



Explica el concepto

Explica el concepto detrás de tu marca, la parte más descriptiva, la más emocional, imaginativa, fantasiosa...
Escribe sin pensar ¡no existe el juicio! Cuando hayas volcado todo lo que creas conveniente, límpialo, ordénalo
y organízalo. :)

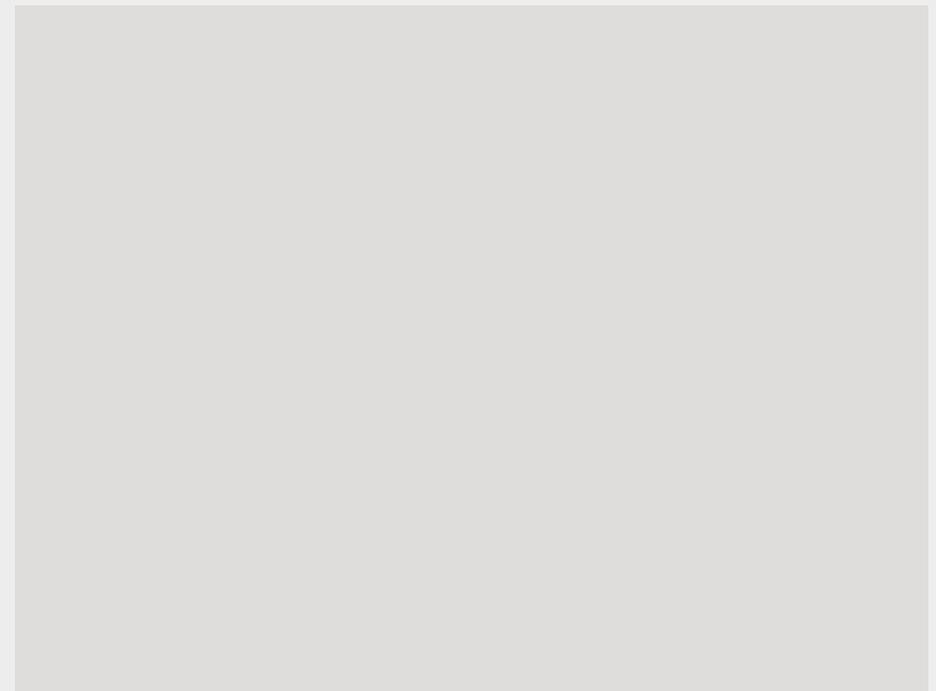
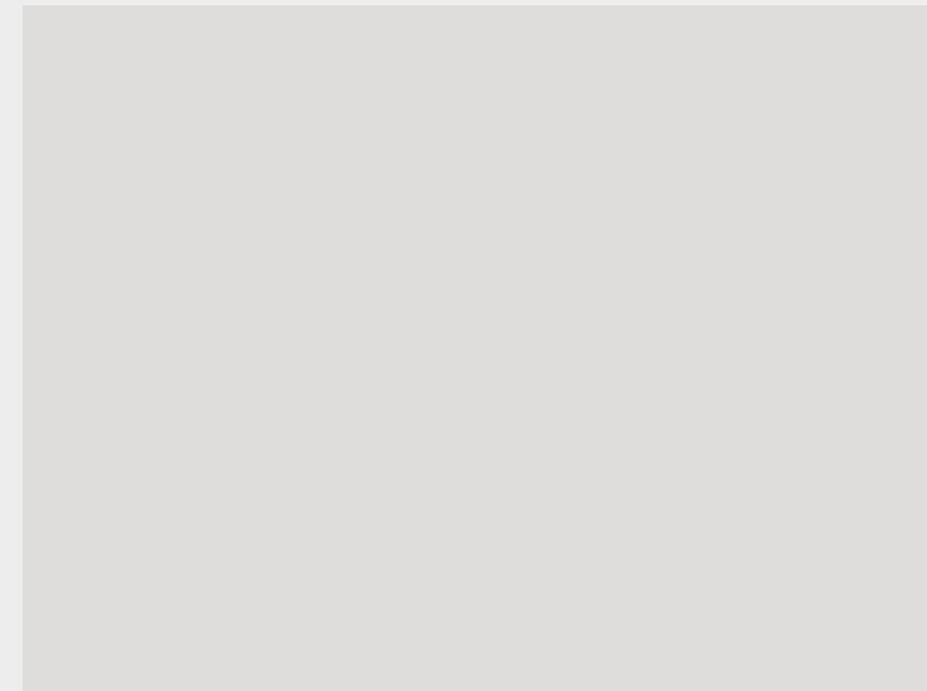


¿Cuáles son los valores de tu marca?

Para concretar los valores que hablen sobre la personalidad de tu marca, puedes responder a estas preguntas: ¿cómo es mi marca?, ¿qué necesidad quiero satisfacer con ella?, ¿cómo me gustaría que la recuerden? Si tuviera que apoyar una causa, ¿cuál sería?

¿Qué mensaje quieres transmitir?

¿Cuál es la idea principal que quiere transmitir?, ¿Cómo quieres que las personas se sientan cuando experimenten tu marca?

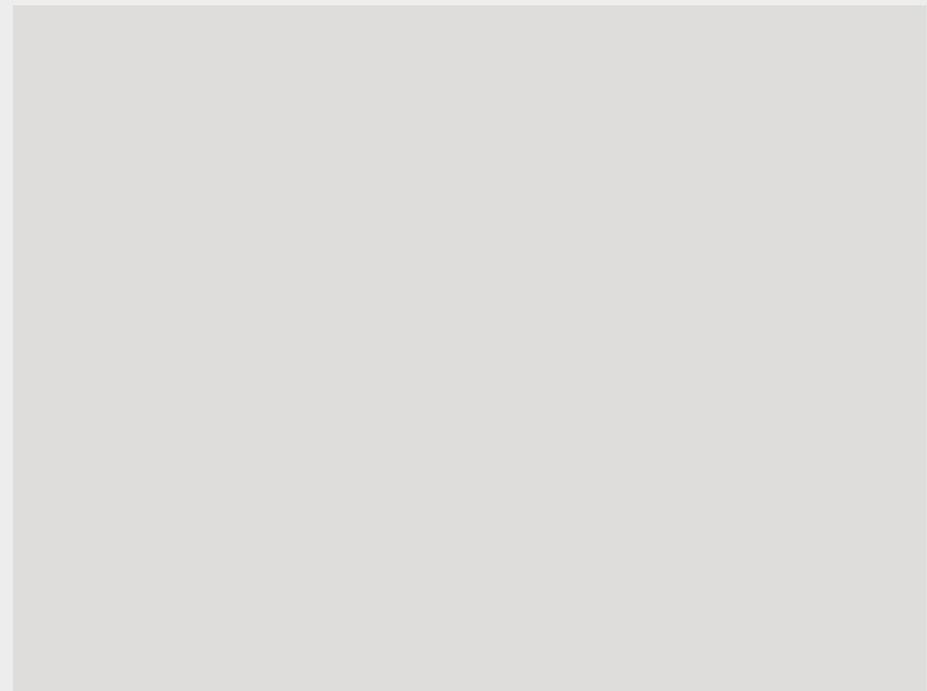
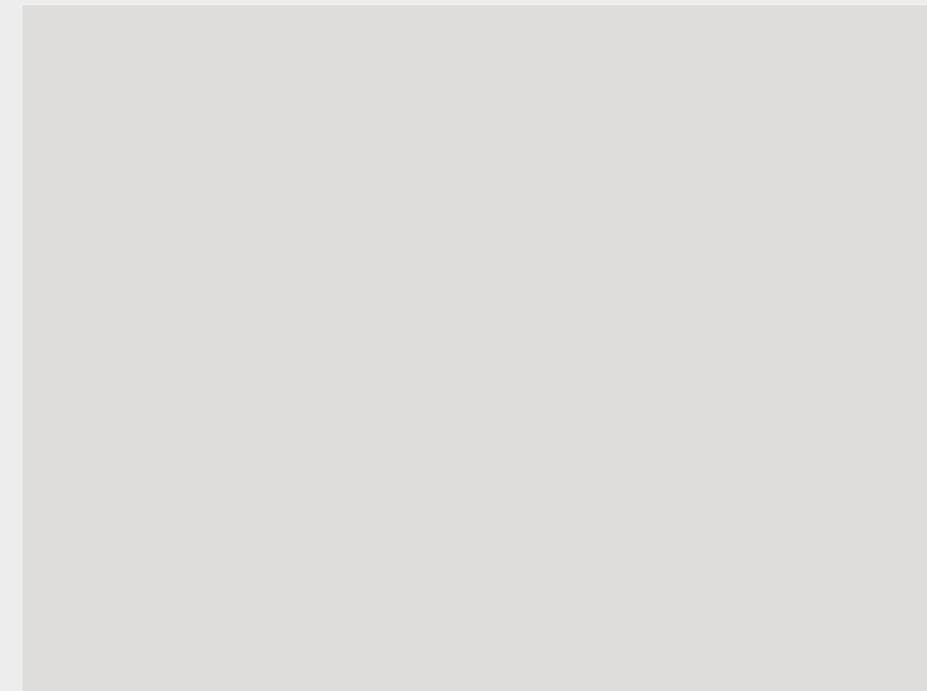


¿Cuál es la misión de tu marca?

Justifica la razón de ser de tu marca y contempla algunas preguntas como:
¿qué ha venido a hacer en este mundo?, ¿cuál es el tipo de negocio?, ¿a qué se dedica?, ¿cuál es su público objetivo?, ¿con qué ventajas competitivas cuenta?, ¿qué la diferencia de la competencia? (escríbelo en tiempo presente)

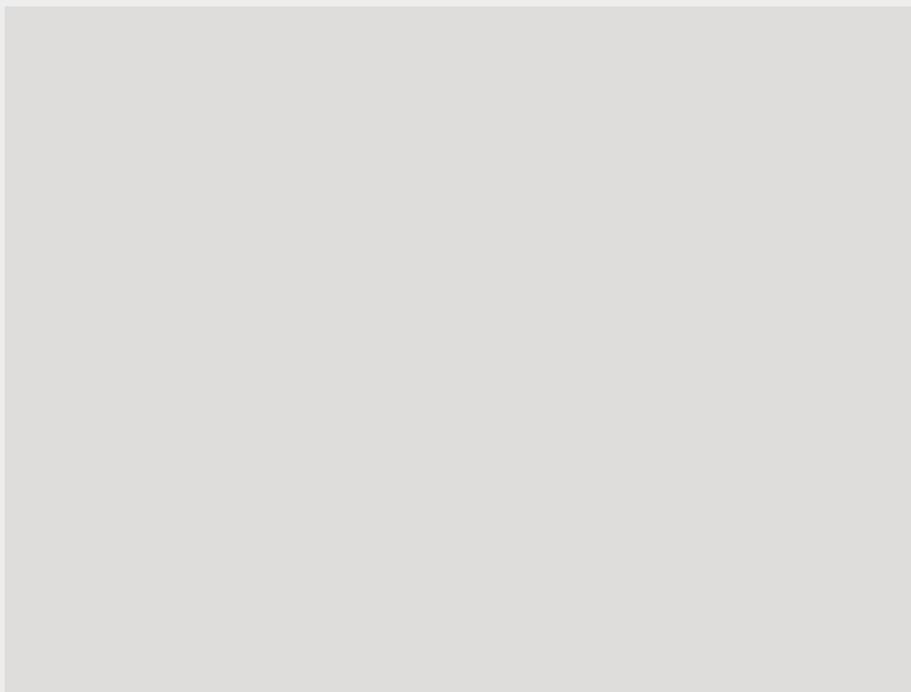
¿Cuál es la visión de tu marca?

Esta pregunta es para reflexionar sobre lo que quieres llegar a ser. Intenta responder a preguntas como: ¿Cómo imagina el mundo?, ¿qué quiere lograr?, ¿dónde quiere estar en el futuro?, ¿para quién existe?, ¿ampliará su zona de actuación? (escríbelo en tiempo futuro)



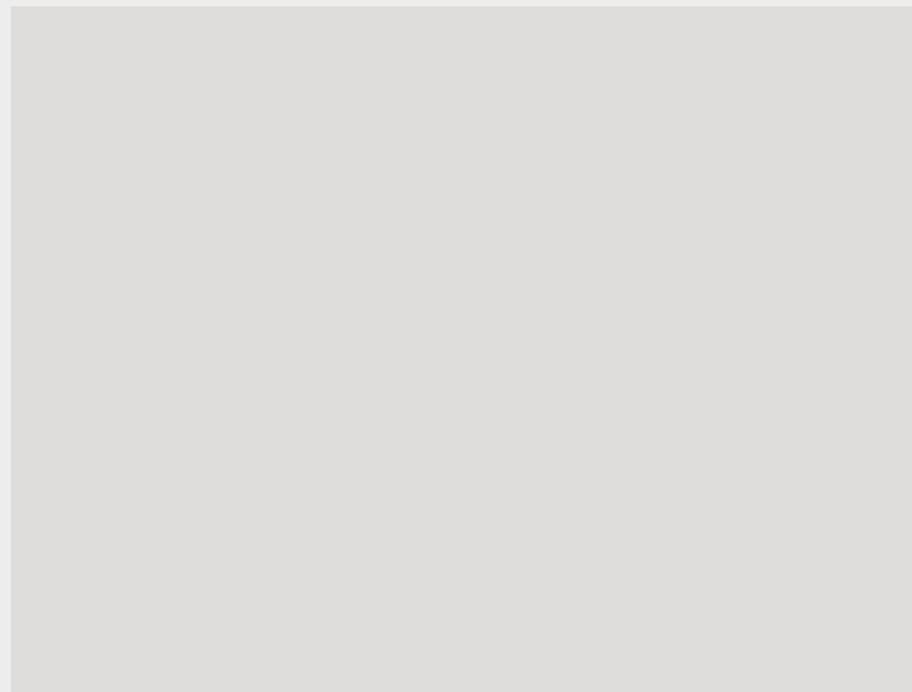
Esencia

Define tu marca en una frase clara y lo más corta posible



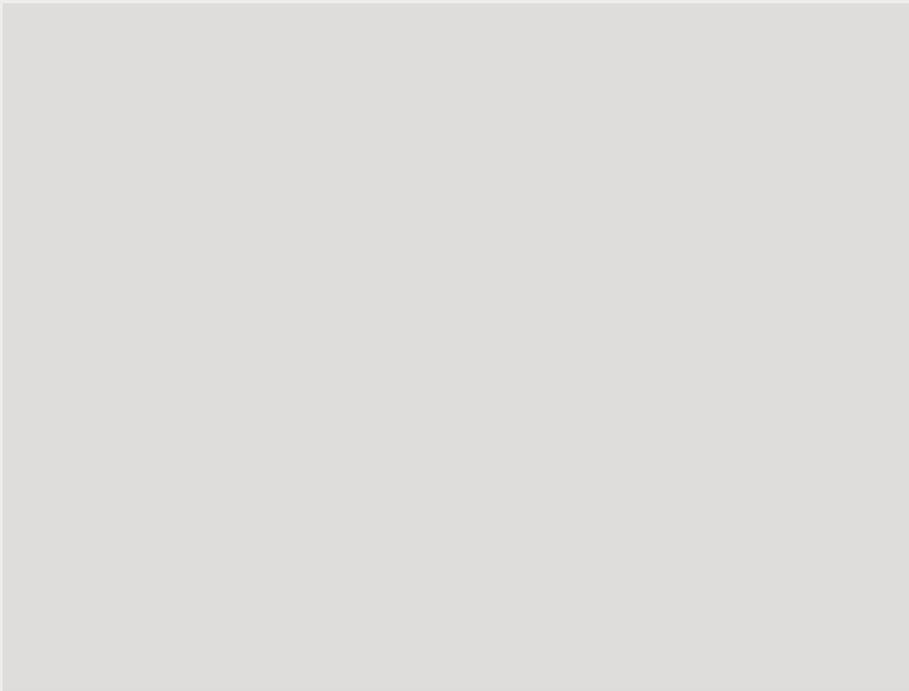
Propuesta de valor

Define en una frase corta qué necesidad cubre o qué interés satisface



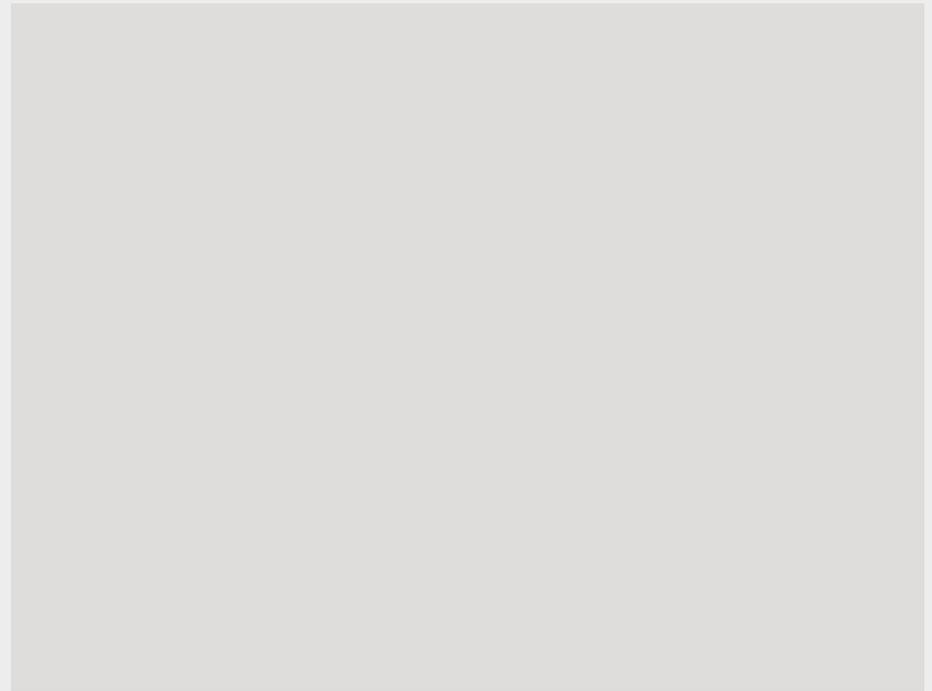
¿Qué colores te inspiran?

Menciona algunos colores con los que te identificas



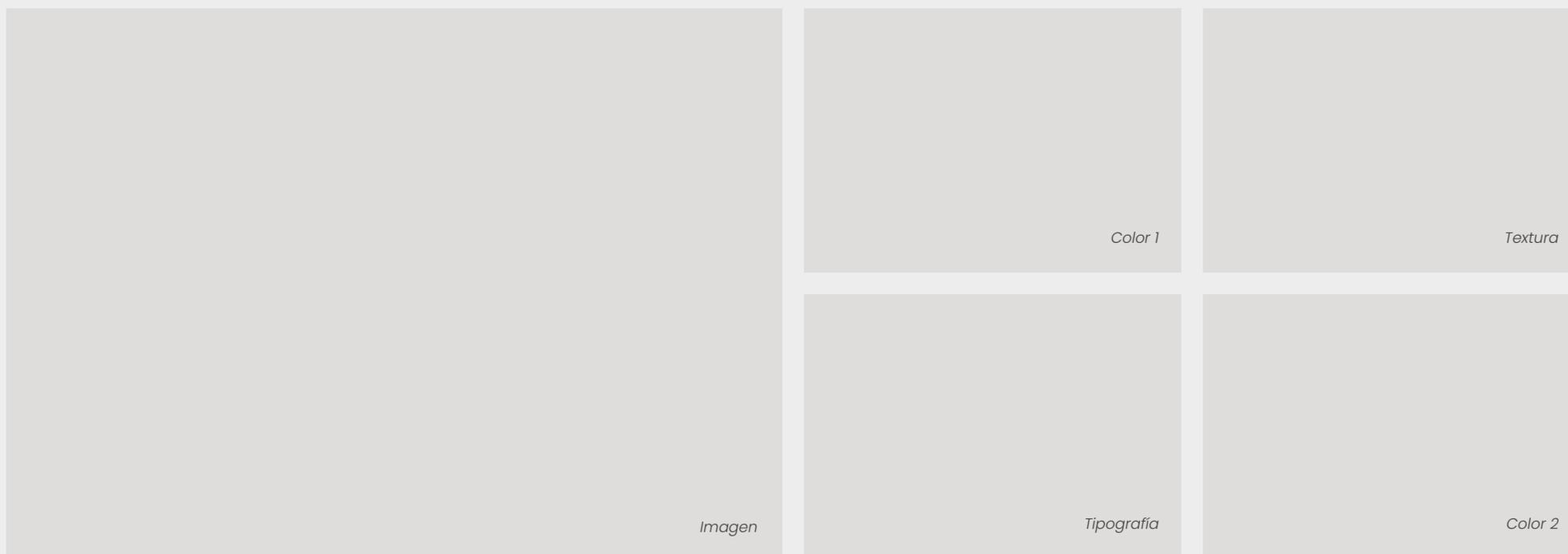
Referentes

Puedes añadir links o pegar algunas imágenes que te inspiren



Moodboard

Crea la familia visual de tu marca. Para empezar, recomendamos agrupar en una carpeta imágenes que te inspiren en cuanto a colores, tipografía, fotografía, estilo, sensaciones... Pinterest puede ser una herramienta muy útil. Luego haz una selección y clasifícalas en cada apartado según las siguientes categorías.



*¡Gracias por llegar
hasta aquí!*

Esperamos que esta guía te anime a lanzar o mejorar tu marca. Si te han gustado los ejercicios y te apetece leer más sobre branding, herramientas para poner en marcha tu negocio, diseño y storytelling, encontrarás más contenido en el [magazine](#) y en nuestra [newsletter](#).

¿Te apetece darnos feedback? Escríbenos a info@estudineva.com, nos encantaría conocer tu opinión.

¡Hasta pronto!

Neva Design & Storytelling
www.estudineva.com



NE  VA

e-book nº 1
Crea tu esencia de marca

Mail_info@estudineva.com
Data_18/10/21

**Neva Design &
Storytelling**