

# 10 preguntas clave para definir tu marca

En esta guía encontrarás esas preguntas que te ayudarán a establecer los pilares de la identidad de tu marca.

---

*Es importante no saltar pasos, muy a menudo encuentro clientes que nunca se habían hecho estas preguntas y terminan siendo clave no sólo para definir su identidad, sino para su estrategia de negocio.*

Georgi Brein+



Pero  
primero,  
algunas  
nociones  
básicas

Georgi Brein+

# ¿Qué es la Identidad de Marca, y la Identidad Visual? ¿y el Branding?

*Qué lío! ¿no? No te preocupes, ahora aclaramos estos términos que tienes que saber si tienes un negocio y estás emprendiendo.*

**La identidad de marca** es el corazón de una marca, su esencia y lo que la hace única, el conjunto de elementos que definen su personalidad y sus valores, y es esencialmente de lo que nos vamos a ocupar en este formulario.

**La identidad visual** es la forma en que esta identidad se comunica visualmente al mundo: Diseño de logo, colores, tipografías, recursos visuales y demás que se utilizarán para comunicar la marca. Es la forma visual en que se transmite la Identidad de marca.

**El branding** es el proceso estratégico y táctico de dar vida a esa identidad en la mente de los consumidores, creando una percepción positiva y relevante que genera conexiones emocionales y lealtad con la audiencia.

**Juntas, estas tres componentes forman la base para construir y gestionar una marca sólida y exitosa.**

# Tu marca, tu propósito

---

Georgi Brein+

## 1. **¿Cuál es la historia de tu marca?**

*Si tenés una historia única que contar, acá es donde va. No te guardes nada, todo sirve.*

## 2. **¿Podrías describir tu producto o servicio en una frase?**

*Acá la idea es que te esfuerces en resumir y de esa forma poder detectar qué es lo esencial que describe a tu marca.*

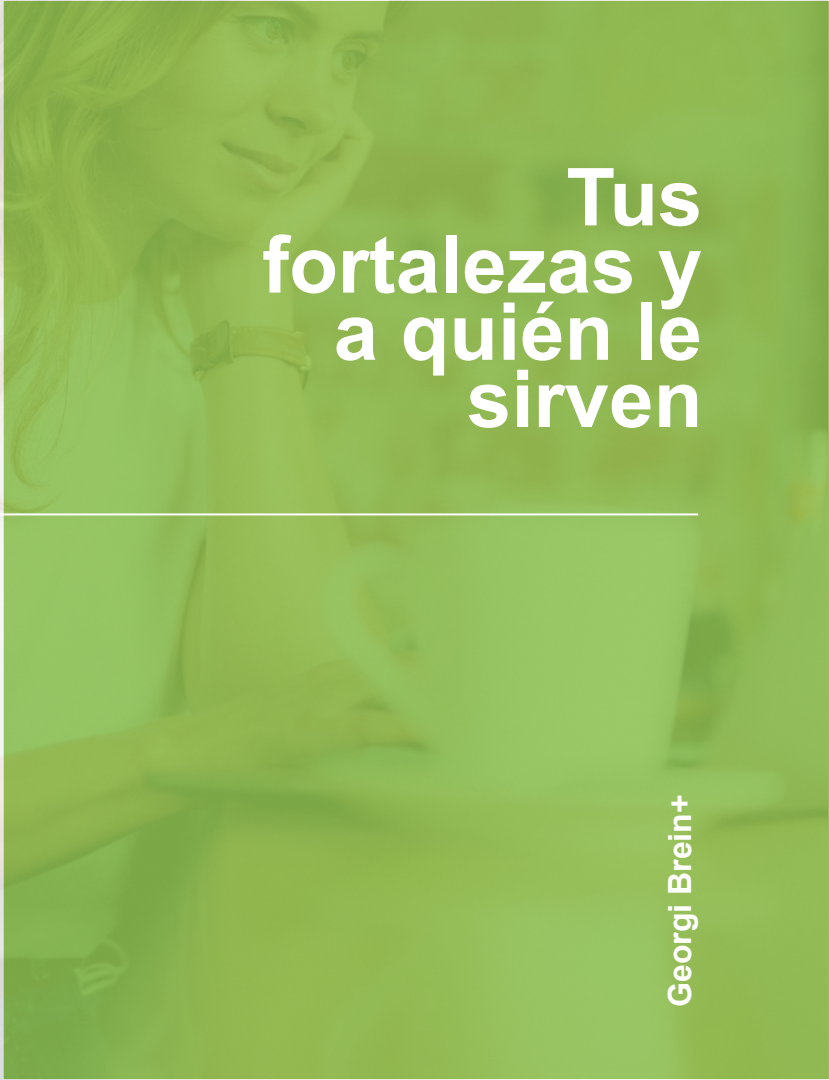
## 3. **¿Cuál es el “dolor” de tu cliente ideal?**

*¿Qué problema/necesidad solucionas con tu producto o servicio?  
¿Qué es lo que a tu cliente ideal le quita el sueño y vos le ofreces solucionar?*

*Ejemplo: Si tenés una agencia de viajes, el dolor de tu cliente ideal es que no tiene tiempo ni energía para planear su viaje de verano.*

## 4. **¿Cuál es la solución que le das a tu cliente?**

*Más allá de los productos/servicios que vende tu marca, ¿Cuál es la oferta/solución que le propones a tu cliente ideal? En el ejemplo anterior, la solución que la agencia de viajes le provee a su cliente es “dedicación para planear sus vacaciones ideales”*



# Tus fortalezas y a quién le sirven

Georgi Brein+

## 5. **¿Quiénes son los competidores o quiénes se les parecen?**

*Se trata de entender que ofrece el mercado y cómo se comunica. Es importante no solo observar a la competencia directa (marcas que apuntan al mismo público objetivo), sino también a la indirecta (aquellas que satisfacen las mismas necesidades de nuestro público).*

## 6. **¿Qué es lo que diferencia tu marca del resto de las empresas del rubro?**

*La idea con esta pregunta es buscar y detectar ESO que hace diferente tu oferta, eso que hace puedas conectar con tu nicho.*

## 7. **¿Quién es tu cliente ideal?**

*Si tuvieras que elegir a ese cliente con el que te gusta trabajar, que conecta con tus servicios/productos, y que valora lo que haces, ¿quién sería? Haz aquí una descripción*

# Como te ven te tratan

---

Georgi Brein+

**8. ¿Cómo te gustaría que tu cliente ideal percibiera tu marca?**

*Por ejemplo, ¿quieres ser visto como una marca confiable, innovadora o accesible? Esta pregunta busca definir la imagen que deseas proyectar en el mercado*

**9. ¿Cómo describirías la personalidad o el estilo de tu marca con algunas palabras clave?**

*Piensa a tu marca como si fuera una persona, ¿qué tipo de personalidad tendría? Divertido, osado, estafalario, serio, inteligente, etc.*

**10. ¿Qué tono de voz quieres usar al comunicarte con tu audiencia?**

*Por ejemplo, ¿quieres adoptar un tono formal, informal o humorístico? Esta pregunta busca establecer el estilo de comunicación que deseas emplear en tus interacciones con los clientes.*

Misión  
cumplida,  
bien hecho

## ¿Y ahora qué?

Ahora que ya tenés definida tu Identidad de Marca, el siguiente paso sería definir la **Identidad visual de tu marca**.

Como te comenté al principio, la Identidad visual no es más que la traducción gráfica de todo lo que respondiste en este cuestionario: Diseño de logo, colores, tipografías, estilo visual y demás recursos que ayuden a comunicar todo lo que ya fue definido para tu marca, qué te muestre diferente, conecte con tus clientes y genere impacto.

---

*Para este paso sí te recomiendo que contrates a un diseñador gráfico profesional de confianza que tenga los conocimientos y experiencia necesaria para poder lograr que tu marca brille. ¡Mucha suerte!*



**Georgi  
Brein +**



[Soy\\_georgi\\_brein](#)



[Agendá una charla gratuita](#)

**Georgi**  
**Brein+**

[SITIO WEB >](#) [INSTAGRAM >](#)