

teal  
INFUSION  
*Branding de Imagen*

[www.tealinfusion.com](http://www.tealinfusion.com)

# CUESTIONARIO BRANDING

## 1 ¿Que haces y en que te has especializado?

Puede parecer una pregunta tonta, claro que sabes lo que vendes y probablemente también sabes que es lo que mejor vendes y cuales son los productos más lucrativos para ti. Pero es posible también, que el rango de tus productos y servicios haya crecido y se haya salido de control o que en la búsqueda de tu negocio te has expandido, y expandido, y expandido y te has hecho con un rango de productos virtual y literal que no puedes cambiar. Has perdido tu punto de autenticidad en la venta, la gente esta confundida con lo que ofreces.

Respira y usa este tiempo para examinar donde te encuentras en este momento y a donde te quieres dirigir. ¿Si pudieras ser reconocido por una cosa en tu negocio cuál sería? ¿Si pudieras agitar una varita magica y cambiar una cosa en tu negocio que seria?

¿Estas vendiendo lo que te inspira? ¿Eres conocido por productos y servicios que te hacen levantarte entusiasmado por la mañana?. ¿Esos productos se venden? ¿Hay alguna linea de productos o servicios que te gustaria abandonar y otras en las que te gustaria poner mas empeño?

Esta es tu oportunidad para reinventarte a ti y a tu negocio y centrarte mucho más.



KARLA CALOCA

[www.karlacaloca.com](http://www.karlacaloca.com) / [www.tealinfusion.com](http://www.tealinfusion.com)

# 2

## ¿Que te hace estar por encima de la competencia?

Cuando estás a cargo, por un tiempo, de llevar un negocio; es facil que te enfoques en la cosas equivocadas: la razón por la que no ganaste un proyecto, el éxito aparente que esta teniendo tu competencia ahora mismo, el cliente que no quedó del todo satisfecho.

Es importante que sepas y entiendas lo que hay en el mercado y que escuches el feedback. Pero aun mas importante es que mantengas tu confianza y creas en lo que estas haciendo. Tu vision emprendedora, tu estilo y tu compromiso son los principales activos que tiene tu negocio. Debes cuidarlos y celebrarlos.

Mas que enfocarte en lo que podrias estar haciendo mejor o en a donde te quieres dirigir ahora, debemos mirar que es lo que estas haciendo bien. Enfocate en que es lo que haces mejor que nadie mas, en que realmente te especializas y eres experto, y que mas...



# 3

## ¿Quiénes son tus clientes más rentables? ¿Porque te compran a ti?

Los clientes rentables son aquellos que valoran lo que haces y están preparados para pagar lo que cobras. Pagan a tiempo, están felices de encajar en la manera en que tu mejor trabajas y adoran lo que haces. Recomiendan tu negocio a gente igualmente maravillosa y no te hacen solicitudes poco razonables de ti o de tu tiempo. Ellas son las personas que más necesitas atraer.

Así que ¿quiénes son estos clientes rentables y que les motiva a trabajar contigo?, ¿qué es lo que valoran sobre lo que tú haces?. Puede parecer obvio pero no lo es, te prometo que es una pregunta que rara vez consideramos pero hoy tienes la oportunidad de mirar a los clientes que realmente quieres y atraer más como ellos. Se valiente.



# 4

## ¿Hay un tipo de cliente que no estas atrayendo actualmente?

¡Quieres más de tus mejores clientes, eso esta claro! Pero, hay algún otro tipo de cliente o consumidor que realmente se beneficiaría de tu negocio y que no estas atrayendo actualmente.

¿A quién realmente te gustaria tener como cliente? ¿Con que blogs o revistas te encantaría estar asociado o te gustaría aparecer en ellos?  
¿Podría hacer una lista de tus clientes de ensueño? Pregúntate a ti mismo: *¿Qué necesitan estos clientes potenciales ver en mi sitio web para estar atraídos a hacer negocios conmigo?*



# 5 ¿Qué es lo que encuentras más inspirador sobre de tu negocio?

¿Con qué frecuencia te paras a pensar en lo que realmente te inspira de su negocio? La identidad comercial correcta puede ayudar a atraer más de los clientes y de los trabajos que te hacen saltar fuera de la cama por las mañanas - y menos de esas cosas que te dejan con esa sensación desagradable en el estómago.

¿Hay algo que tienes que cambiar en la forma en que presentas tu negocio para que puedas hacer más de las cosas que amas y menos de las cosas que no te gustan?

Piensa en el tipo de clientes que te inspiran. Se específico.

¿Qué, exactamente, es lo que tiene ese cliente que admiras? ¿Qué es lo que tiene el proyecto que te motiva? ¿Cómo se puede aprovechar esa energía para hacer crecer tu negocio? Porque la verdad es que cuando estamos felices, inspirados y tenemos confianza, atraemos más clientes rentables.



# 6 ¿Qué valores impulsan tu negocio/marca?

Esta es posiblemente la pregunta más importante que cualquier persona en el campo de los negocios tiene que responder. **¿Por qué haces lo que haces?** Se trata de la autenticidad y lo que te mantiene luchando cuando las cosas se ponen difíciles.

Puede que encuentres esta pregunta muy fácil de responder, algunos de nosotros somos muy conscientes de nuestros valores personales y empresariales, (que a menudo se sobreponen) y somos capaces de escribirlos en cuestión de minutos.

O Puede que encuentres esta pregunta difícil de contestar, un desafío. Si te cuesta contestar esto, te recomiendo que pienses de manera diferente y te preguntes: "¿Qué es lo más importante sobre la manera en que diriges tu negocio?" Qué es lo que más importa en términos de cómo tu tratas a tus clientes, tus empleados y proveedores? '



# 7 ¿Por qué cosa quieres que se te reconozca?

Toda la reflexión hecha hasta ahora nos lleva a una simple pregunta. ¿Por qué cosa quieres que se te reconozca? Vamos a unificar todo tu conocimiento sobre tus clientes rentables, tu espacio en el mercado y aquello que te inspira, para crear una propuesta indudablemente atractiva. Para ser realmente exitoso necesitas sobresalir, distinguirte y crear un negocio que esté en una categoría de solo uno. Compítate contigo mismo, profundiza y sé valiente.

Si analizamos lo que te hace diferente de tu competencia, ¿qué sería? ¿Cuáles propuestas están trabajando tus competidores y en qué se diferencian de la tuya y de lo que tú quieres que se te reconozca?

Toma en cuenta cualquier información privilegiada que hayas recogido de compradores misteriosos, retroalimentación de los clientes e investigación sobre tu competidor, así como lo que se habla en su página web y en las redes sociales. ¿Cómo están haciendo las cosas ellos?

¿Qué hay en tu producto o servicio que tus clientes realmente aprecian? ¿Qué es lo que te hace único? Y ¿cómo puedes comunicarlo a través de tu nueva identidad comercial y en tus textos de marketing? Encuentra tu lugar en el mercado, un lugar que sólo tú puedas poseer y usa este enfoque para alinear todas tus comunicaciones con esta propuesta irresistible.

No se puede ser todo para todas las personas, por lo que es importante crear una propuesta eficaz que atraiga a los clientes que quieran cruzar continentes para trabajar contigo. Se necesita confianza para crear esta calidad de enfoque, pero afinar tu gama de productos o servicios en un estilo tan perfeccionado en una propuesta u oferta, harán que tu negocio sea irresistible.





# 8

## ¿A quién exactamente, debería deslumbrar, tu identidad corporativa?

Se honesto contigo en este momento. Piensa en términos generales sobre a quién realmente quieres impresionar con tu marca y tu nuevo estilo. Piensa más allá de los clientes.

¿Tal vez hay un editor de revista o un blogger que desea que te toma en serio? ¿Quizás es más acerca de cómo obtener un gran proveedor o que un punto de venta mire más cuidadosamente a tu negocio? ¿Tal vez deseas atraer y retener personal de calidad?

También vas a estar pensando en sus clientes más rentables, por supuesto ...

Se lo más específico posible. Piensa en quién precisamente dentro de esa lista quieres impresionar y exactamente qué tipo de cosas vas a tirar a la basura.

Si encuentras que están saliendo respuestas contradictorias, ahora es el momento de priorizar, antes de ahogarte a tú mismo tratando de complacer a todo el mundo con tu nuevo diseño.



# 9 ¿Cómo debería sentirse exactamente tu cliente ideal cuando mira tu nueva marca?

Imagínate cuando tu nueva y hermosa imagen comercial esté en una web, imagínate entregando tu nueva tarjeta de visita a ese nuevo cliente potencial. ¿Cómo le hace sentir? ¿Qué debe pensar de tu negocio?



# 10 ¿Cómo debe tu nueva identidad comercial reflejar tus mayores expectativas?

Este proceso se trata tanto de animarte a pensar en grande y comunicar tus sueños y aspiraciones, como sobre el diseño. Date la oportunidad de soñar un poco, pensar realmente en grande. ¿Por qué no debería tu negocio ser el principal referente en su campo? ¿Por qué no deberías ser capaz de crear algo completamente aspiracional, algo donde este en juego tu posición como líder en el mercado y que a su vez te animara a dar más?

A menudo callamos nuestras fortalezas y no queremos mostrar demasiado. Todo eso es muy loable, pero es poco probable que ayude a crecer tu negocio. Date permiso para quitarte de encima tus propios miedos por un momento y permítete la libertad de crear una visión poderosa de tu negocio. ¿Qué necesita tener tu nueva identidad comercial para poder reflejar tu visión y tus nuevas grandes expectativas?



# 11 ¿Qué estarías haciendo con tu negocio si nada se interpusiera en tu camino?

¿Qué harías si supieras que no puedes fallar? ¿Para quién estarías trabajando? ¿qué estarías haciendo (o vendiendo?) Y ¿cómo lo estarías haciendo?

Esta puede ser una pregunta increíblemente inspiradora. Toma aliento y piensa más grande de lo que nunca tu has permitido soñar, crear algo en lo que realmente tú y tus habilidades se vean reflejados.

Te aseguro que eso puede ser aterrador y emocionante a partes iguales!

