

# BRANDING MAP

v0.1

## CONTENIDOS

Contenidos que sean relevantes para nuestros consumidores, y que además incrementen el interés por nuestra marca. ¿Con qué situaciones y temáticas queremos que nuestra audiencia nos asocie?

## UNIQUE SELLING PROPOSITION

¿Qué es lo que proporciona nuestro producto de forma diferencial en el mercado? Aquello que solamente nosotros podemos afirmar que ofrecemos. El eje principal sobre el que girará nuestra estrategia branding.

## MARCA

Nuestra empresa. Nuestro nombre comercial, término o símbolo, diseño o combinación de ellos, que identifica los bienes o servicios que ofrecemos.

## SOLUCIÓN

Dos frases que verbalizan lo que ofrecemos y por qué lo ofrecemos. Expresado en un lenguaje simple, que lo pueda entender cualquiera. Atención: ¿resuelve nuestro producto o servicio una necesidad de nuestra audiencia? ¿Tiene que ver con sus deseos?

## BENEFICIOS

Un listado de las virtudes, funcionales y emocionales de nuestro producto. ¿Cuáles son los beneficios más relevantes para mi audiencia? ¿Cuáles son más diferenciales respecto a la competencia?

## POSICIONAMIENTO

Se trata de la imagen mental que tiene de nosotros nuestra audiencia. ¿Con qué atributos queremos que nos asocie nuestra audiencia?

## AUDIENCIA

¿A qué público nos dirigimos? ¿Quiénes son nuestros posibles clientes? ¿Con quién queremos establecer una relación comercial?

## NECESIDADES

Problemas no resueltos que tiene nuestra audiencia. Aspectos a mejorar de alguna de las tareas que lleva a cabo. Carencias en su trabajo o en su vida diaria. Necesidades no verbalizadas o desconocidas.

## DESEOS

Aspiraciones de nuestro público objetivo. Pasiones. ¿Qué anhela nuestra audiencia? ¿Por qué suspiran?

## CANALES

¿Qué herramientas vamos a emplear para difundir contenido y contribuir al posicionamiento de nuestra marca? ¿Qué tipo de contenidos (video, documentos, eventos, etc.)?

# lonjaus

www.lonjaus.com  
@lonjaus

