

Este no es un test para definirte
de forma superficial

Es un ejercicio de observación,
criterio y toma de postura

*Respóndelo con
calma*

*Sé honesto, no
aspiracional*

*No busques likes,
busca coherencia*

Marca entre 1 y 2 palabras por bloque que realmente rijan tus decisiones de marca

Manera de actuar

- Metódica
- Ágil
- Adaptable
- Minuciosa

Manera de comunicar

- Directa
- Cercana
- Formal
- Informal

Relación con el mundo

- Transparente
- Colaborativa
- Independiente
- Comercial

Valores

Elige 3 palabras clave de la página anterior y responde teniendo en cuenta cómo quieres que funcione tu marca y qué dirección te gustaría que tome

1: _____

¿Cómo se refleja hoy en tu marca?
¿Dónde no se está aplicando?

2: _____

¿Qué decisión reciente lo demuestra?
¿Qué decisión lo contradice?

3: _____

¿Qué debería cambiar para que este valor sea real?

*Lo que haces
vs. lo que dices*

Hablemos de negocios.

Cuéntanos más sobre tu nicho:

Sector

Tipo de proyecto

Público real (no ideal)

Dónde compite tu marca (no solo con marcas, también con discursos)

¿Qué está normalizado en tu sector que tú no quieres repetir?

*Contexto y
sector*

Para posicionarte, primero debes tener una voz. Completa las frases:

Mi marca habla como si fuera...

Nunca hablaría desde...

Prefiere incomodar antes que...

Tu marca es más...

Comercial 1 2 3 4 5 Cultural

Neutra 1 2 3 4 5 Muy posicionada

Tendencia 1 2 3 4 5 Atemporal

*Voz y
posicionamiento*

¿Cómo quieres que sea reconocida tu marca?

Quiero que me recuerden por...

Ej.: Una marca rebelde, con personalidad urbana...

Si alguien describe mi marca en una frase, debería decir:

Ej.: Casual, relajada y única en su nicho...

Percepción

Identifica las principales fortalezas de tu marca y sus limitaciones actuales.

Fortalezas (conceptuales, visuales, etc.)

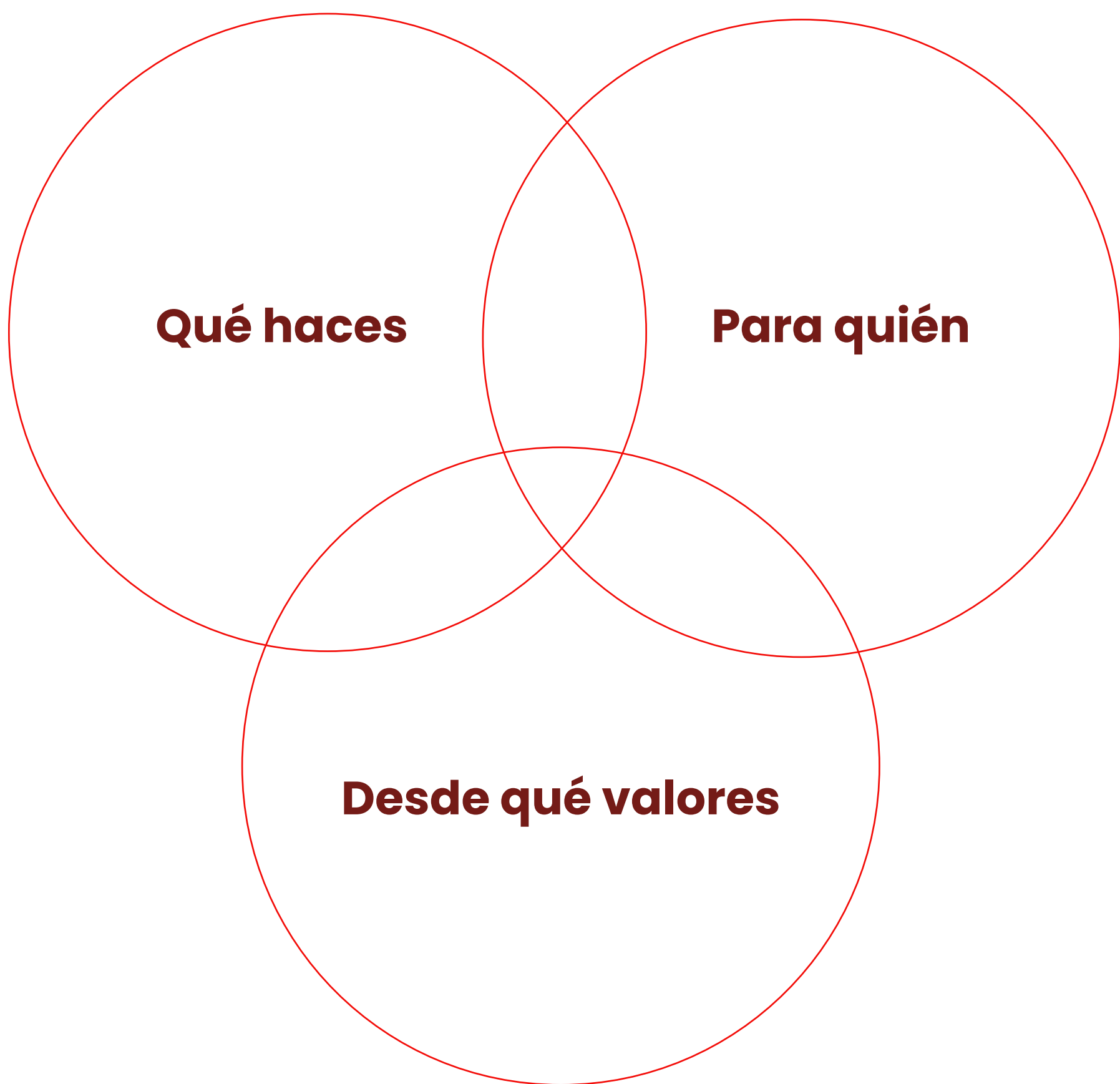
Ej.: Idea clara del proyecto, sensibilidad visual...

Debilidades (de discurso, de consistencia, de ejecución)

Ej.: Falta de estructura comunicativa, recursos limitados.

Fortalezas y límites

¿Qué lugar quieres ocupar culturalmente, no solo en el mercado? ¿Qué problema quieres resolver?



Misión

Define los principios básicos que deberían guiar cualquier decisión visual de tu marca

Nuestra marca nunca será...

Nuestra marca siempre tendrá...

Preferimos perder clientes antes que...

Consulta nuestro manifiesto:

fauve.es/manifest/

Manifiesto

Reúne los aprendizajes clave del ejercicio

Lo que has descubierto:

Ej.: Que me atrae más una personalidad rebelde para mi marca

Lo que necesitas trabajar:

Ej.: Qué quiero comunicar realmente.

Lo que no deberías seguir posponiendo:

Ej.: El diseño de mi identidad gráfica.

Conclusiones

