



LECCIÓN 01 / GUÍA PRÁCTICA

©2019 César Dabián

Derechos reservados.

Emprendiendo® apoya la protección del *copyright*. No se permite la reproducción total o parcial del contenido de este taller, ni su incorporación a un sistema informático, ni su transmisión en cualquier forma o por cualquier medio, sea éste electrónico, mecánico, por fotocopia, grabación de audio, vídeo u otros medios, sin el permiso previo y por escrito del titular del *copyright*.

Gracias por respetar las leyes del Derecho de Autor y *copyright*. Al hacerlo estás apoyando a los autores y permitiendo su desarrollo.



CONSTRUYE
UNA MARCA SÓLIDA

Hola Startuper@,

Bienvenid@ a *Villa Emprendiendo Digital*, si deseas emprender o hacer crecer tu negocio, estás en el lugar correcto. Este plan de acción está diseñado para ayudarte a catapultar tu proyecto a través de las lecciones descritas en estos vídeos. Los talleres de *Villa Emprendiendo* están diseñados para ayudarte a lograr mejores prácticas.

Este seminario, contiene una gran cantidad de ideas que funcionarán para ti de la misma manera que han funcionado para otros emprendedores.

Gracias por brindarme tu confianza, en lo que a mí respecta, he puesto todo mi empeño para asegurarme de que el tiempo que dediques a este *workshop* sea altamente productivo.

César Dabián



TOCA TUS SUEÑOS

EJERCICIO

RESPONDE LAS SIGUIENTES PREGUNTAS CLAVE

1. ¿Cuál es la principal estrategia de ubicación de tu marca y cómo fue que lo determinaste?

2. ¿Hay más estrategias de ubicación que puedas combinar con la principal?
¿Cuáles son y por qué las elegiste?

3. En esta primera lección aprendiste a segmentar eficazmente, pero hay otra lección igual de importante. El precio en muchas ocasiones no juega el papel estelar. ¿Observaste que sólo en una estrategia de ubicación de marca, el precio es determinante? ¿Cuál es?

CASO

QUÉ ESTRATEGIA DEBE ELEGIR

Francesca es propietaria de un pequeño complejo turístico muy peculiar. Se compone de sólo 7 cabañas, lejos de la civilización, dispersas en un terreno muy grande, donde apenas se logra visualizar al resto mientras se hospeda en una. Goza de una vista espectacular a una barranca perteneciente a la Cordillera más importante de su país. Desde la sala de cada cabaña se aprecia una hermosa cascada, que arrulla con su sonido que se percibe suave y distante.

Cada cabaña tiene un nombre diferente, decoración diferente, todos los productos de higiene son orgánicos y elaborados por la gente del pueblo para Francesca que les ha enseñado a embalar cada uno de una manera artesanal y elegante- El servicio que brinda el personal es humano y cálido.

La sobrina de Francesca, ha ingresado al negocio familiar para hacerse cargo del Marketing Estratégico a fin de hacer crecer el negocio y le propone a su tía hacerlo a través de Franquicias.

¿Qué decisión estratégica debe tomar Francesca?

Aceptar. ¿Por qué? _____

No aceptar. ¿Por qué? _____

QUÉ VEREMOS EN LAS SIGUIENTES LECCIONES

LECCIÓN DOS

En la siguiente lección conocerás a profundidad algunas de las metodologías para conceptualizar tu marca, elegir el nombre y estilo gráfico:

1. Humanizándola. (Human Brand)
2. Animalizándola. (Animal Brand)
3. Aprovechando objetos para su concepto. (Object Brand).

Seleccionando el estilo gráfico de tu marca a través del cuadrante de diseño:

1. Heráldico
2. Fresco
3. Serio
4. Contemporáneo

LECCIÓN TRES

Te mostraré las mejores técnicas para crear la identidad gráfica de tu marca, aprovechando lo visto en las lecciones uno y dos para manter congruencia con los valores de la marca, con los ideales de los fundadores y con las exigencias del mercado.

1. Tipo-design
2. Object-design
3. Animal-design
4. Human-design