

# PERFIL DE LA MARCA HOJA DE CÁLCULO

# Nombre de la empresa

GERENTE DE MARCA  
NOMBRE DEL GERENTE DE MARCA

00/00/0000

# ÍNDICE

Resumen de la empresa .....	3
Su marca como persona .....	4
Esto, pero no eso .....	6
Afiliaciones y creencias de la marca.....	7
Voz de la marca .....	8
Identidad visual .....	9
Colores .....	9
Tipografía .....	10
Logotipo .....	10

# RESUMEN DE LA EMPRESA

**PERFIL  
DE LA  
MARCA**

Escriba un breve resumen de lo que hace su empresa y para quién.

# SU MARCA COMO PERSONA

PERFIL  
DE LA  
MARCA

Escriba una descripción de quién sería su marca si se tratase de una persona. Elija algunos adjetivos que describan claramente a este individuo. Incluya una fotografía para visualizar a una persona que representa a su marca.

## Gloria Miner

 35

 Seattle

 Gerente de medios

 \$85 000

 Soltera



# RASGOS DE LA PERSONALIDAD DE LA MARCA



Clasifique su marca en función de los rasgos que son los más importantes para la marca y que mejor la describen. Aplique un puntaje del 1 al 10 a cada rasgo, siendo el 10 el más importante.

RASGO	PUNTAJE	RASGO	PUNTAJE	RASGO	PUNTAJE
Accesible		Exclusiva		Sofisticada	
Altruista		Femenina		Enérgica	
Autoritativa		Amigable		Espiritual	
Audaz		Divertida		Alta tecnología	
Bondadosa		Masculina		Poca tecnología	
Inteligente		Madura		Sin tecnología	
Competente		Moderna		Tradicional	
Conservadora		Agradable		Cálida	
Corporativa		Refinada		Mundana	
Confiable		Profesional		Juvenil	
Relajada		Peculiar			
Vanguardista		Rebelde			
Elegante		Resistente			
Establecida		Seria			
Emocionante		Sincera			

## LOS 5 PRINCIPALES RASGOS

	RASGO 1	RASGO 2
RASGO 3	RASGO 4	RASGO 5

# ESTO, PERO NO ESO

**PERFIL  
DE LA  
MARCA**

Elija adjetivos que describan las características clave de su marca. Ejemplo: Emotiva, pero no sensacional. Al final del ejercicio, elija las dos frases principales que reflejen su marca para perfeccionar el mensaje y la representación de la marca.

Esto, pero no eso.

pero no

**LAS  
2 FRASES  
PRINCIPALES**

Frase 1

Frase 2

# AFILIACIONES Y CREENCIAS 4 DE LA MARCA

**PERFIL  
DE LA  
MARCA**

<p>¿A qué causas (políticas, sociales, religiosas, etc.) está vinculada su marca?</p>	
<p>¿Cuál es la relación de su marca con estas causas?</p>	
<p>¿Cómo ve el cliente ideal sus creencias?</p>	
<p>¿Estas creencias y afiliaciones son relevantes para su estrategia de gestión de marca pública?</p>	

# VOZ DE LA MARCA

PERFIL  
DE LA  
MARCA

<p>¿Cómo quiere que su marca haga sentir a la gente?</p>	
<p>¿Qué otra marca tiene una voz similar?</p>	
<p>¿Qué voz no atraería a su público objetivo?</p>	
<p>¿Quién sería su marca si fuera una celebridad?</p>	
<p>¿Qué hace que su voz sea diferente a la competencia?</p>	

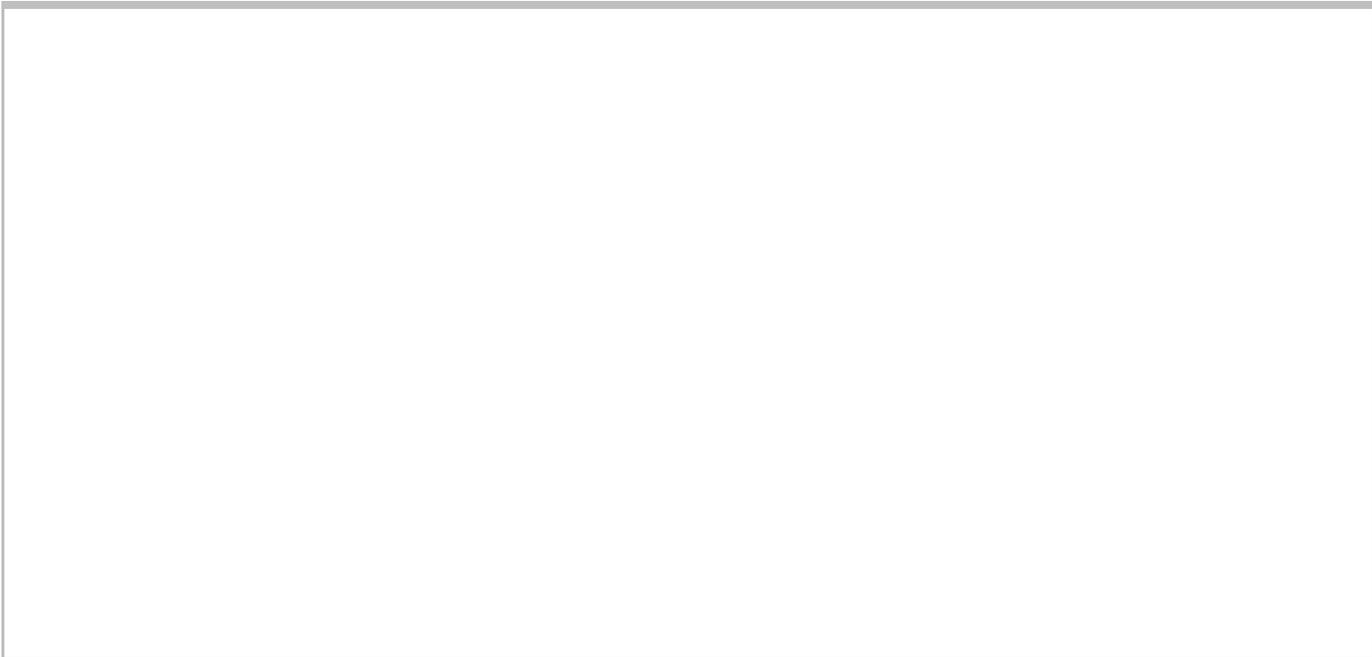
# IDENTIDAD VISUAL

**PERFIL  
DE LA  
MARCA**

¿Cómo se representa visualmente la personalidad de su marca?

## Colores

# Tipografía



# Logotipo



## **RENUNCIA**

Todos los artículos, las plantillas o la información que proporcione Smartsheet en el sitio web son solo de referencia. Mientras nos esforzamos por mantener la información actualizada y correcta, no hacemos declaraciones ni garantías de ningún tipo, explícitas o implícitas, sobre la integridad, precisión, confiabilidad, idoneidad o disponibilidad con respecto al sitio web o la información, los artículos, las plantillas o los gráficos relacionados que figuran en el sitio web. Por lo tanto, cualquier confianza que usted deposite en dicha información es estrictamente bajo su propio riesgo.