

DISEÑO ESTRATÉGICO PARA EMPRENDEDORES



Consultoría: Creando el ADN de tú Marca

→ Cómo crear contenido que sea
eficaz y pertinente

**TU MARCA ES
TU PROMESA**



EN EL MUNDO DEL EMPRENDIMIENTO, LA COHERENCIA
NO ES UN LUJO, ¡ES TU SUPERPODERIO!



I. 🎨 Pilar 1: Diseño Estratégico de Marca (Branding con Propósito)

1. Definición de la Propuesta de Valor Única (PVU)

- Identifica el "Por Qué": ¿Cuál es el problema que tu marca resuelve de manera diferente y mejor que la competencia? Esto será el centro de tu mensaje de venta.
- Herramienta clave: El "Círculo Dorado" de Simon Sinek (Por Qué, Cómo, Qué).
- Conoce a tu Audiencia (Buyer Persona): No puedes vender si no sabes a quién le vendes.
- Detalles a perfilar: Datos demográficos, puntos de dolor, aspiraciones, y dónde pasan tiempo en redes sociales.





I. 🎨 Pilar 1: Diseño Estratégico de Marca (Branding con Propósito)

2. Identidad Visual y Verbal Consistente:

- **Paleta de Colores y Tipografía:** Elige colores que evoquen las emociones correctas (azul para confianza, verde para salud). La consistencia es vital para el reconocimiento.
- **Tono de Voz (Tone of Voice):** ¿Tu marca es formal, amigable, irreverente, experta? Este tono debe ser el mismo en el copy de tu sitio web, en tus anuncios y en tus respuestas en redes sociales.
- **Narrativa de Marca (Storytelling):** Crea una historia sobre el origen, la misión o el impacto de tu producto. Las historias conectan y venden mejor que las características.





I. 🎨 Pilar 1: Diseño Estratégico de Marca (Branding con Propósito)

3. Activos Digitales Fundamentales

Activo	Objetivo Estratégico
Logotipo y Guías de Uso	Reconocimiento instantáneo.
Imágenes de Alta Calidad	Profesionalismo y emoción. (Vital para catálogos y posts de producto)
Eslogan o Tagline	Resumen conciso de la PVU.
Plantillas de Redes Sociales	Eficiencia y consistencia visual en las plataformas de venta.



II. Pilar 2: Uso de Redes Sociales para la Venta.

Las redes sociales son el nuevo escaparate y punto de venta. La estrategia debe ser un 80% valor/atracción y un 20% venta directa.

1. Selección de Plataformas con Enfoque de Venta

• **No Dispersarse:** Concéntrate en las 1-2 plataformas donde tu Buyer Persona pasa la mayor parte del tiempo (definido en el Pilar 1).

Ejemplos de Enfoque: Instagram/Pinterest (Venta visual/e-commerce), TikTok/Reels (Venta por entretenimiento/tendencia), LinkedIn (Venta B2B).

• **Optimización del Perfil:** El perfil es tu Landing Page.

Bio/Descripción: Debe incluir la PVU y una Llamada a la Acción (CTA) clara.

Link en Bio: Utiliza herramientas como tu propia página web (RECOMENDADO) de aterrizaje para dirigir el tráfico a tus productos o servicios.



2. Estrategia de Contenido Basada en el Embudo de Venta (Funnel) →

El contenido debe mover al usuario desde el conocimiento hasta la compra.

Etapas del Funnel	Objetivo en Redes	Tipo de Contenido (Ejemplos)
TOFU (Top of Funnel): Conocimiento/Atracción	Generar tráfico y despertar interés.	Infografías, Tendencias, Contenido Viral, "Cómo se hace".
MOFU (Middle of Funnel): Consideración/Interacción	Educar sobre la solución (tu producto/servicio).	<i>Tutoriales</i> , Casos de Éxito, Comparativas, <i>Webinars/Lives</i> .
BOFU (Bottom of Funnel): Conversión/Venta	Impulsar la acción de compra.	<i>Testimonios</i> , Promociones Exclusivas, Demostraciones de Producto, CTAs Directos .



3. Implementación de Social Selling y Publicidad Pagada

- Interacción Proactiva (Social Listening):** Busca conversaciones sobre los problemas que tu marca resuelve y ofrece tu producto/servicio como una solución Genuina. No esperes a que te pregunten.
- Retargeting:** Muestra anuncios de tus productos a personas que ya interactuaron con tu marca o visitaron tu sitio web. (Alta tasa de conversión).
- Audiencias Similares (Lookalikes):** Utiliza los datos de tus mejores clientes para encontrar personas con perfiles similares.
- Creativos de Marca:** Asegúrate de que los anuncios utilicen la identidad visual (Pilar 1) para construir confianza y reconocimiento.



✓ Conclusión: El Vínculo Inseparable

✓ El Diseño Estratégico de Marca proporciona la confianza y la coherencia necesarias.

✓ El Uso de Redes Sociales para la Venta proporciona el alcance y el mecanismo para capitalizar esa confianza.

✓ Sin una marca sólida, tus ventas sociales serán transaccionales y de corto plazo; sin el social selling, tu gran marca no generará ingresos.



En el mundo del emprendimiento, la coherencia no es un lujo, ¡es tu superpoder!

Si deseas una consultoría Gratuita para tu marca o emprendimiento me puedes escribir, ingresa a nuestra página web:

www.grupomegacm.com