

# tic tag

DIGITAL  
BRANDING

## Preparación del BrandSprint

Cliente:

Equipo BS:

Fecha

Horario: ??

## TAREAS PREVIAS AL BRAND SPRINT

### Objetivo

Estas tareas no hay que tomárselas muy en serio, simplemente lo que os venga a la cabeza sin darle mil vueltas. Necesitamos que vuestros pensamientos se vayan dirigiendo ya al evento y que sepáis un poco sobre lo que hablaremos y tomaremos ciertas decisiones.

El no darle tantas vueltas ahora es porque en el BS (BrandSprint) salen nuevas ideas y conceptos que pueden ser muy interesantes, así que mejor no cerrarse en banda con ciertas idea, tan solo pensarlas un poco.

Empezamos pues:

### 1. ¿DÓNDE VES A TU MARCA/EMPRESA DENTRO DE....

- 5 AÑOS?

.....

- 10 AÑOS?

.....

- 15 AÑOS?

.....

- 20 AÑOS?

.....

Usa mucho tu imaginación, intenta visualizar como te gustaría ver tu marca incluso aunque tu no estés en esa proyección creativa, ¿dónde la ves?¿cómo la ves? Ten preparadas estas ideas y ya os contaremos el por qué de este ejercicio :)

## 2. SOBRE TU MARCA - EMPRESA....

¿QUÉ HACE?

.....

Ej. Fabrica pasta de dientes

¿CÓMO LO HACE?

.....

Ej. Usa ingredientes naturales

¿POR QUÉ?

.....

.....

Ej. ¿Cuál es la razón de existir de la marca?¿y la tuya?¿qué te motiva a trabajar en este proyecto?¿cuál es el motor que mueve ese deseo en ti para y por la marca?

### 3. DEFINE LOS VALORES DE TU MARCA

- |                                       |  |
|---------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> HONESTIDAD   | <input type="checkbox"/> RESPONSABILIDAD |
| <input type="checkbox"/> INTEGRIDAD   | <input type="checkbox"/> PASIÓN          |
| <input type="checkbox"/> SOSTENIBLE   | <input type="checkbox"/> TRANSFORMACIÓN  |
| <input type="checkbox"/> ASEQUIBLE    | <input type="checkbox"/> .....           |
| <input type="checkbox"/> LUJOSO       | <input type="checkbox"/> .....           |
| <input type="checkbox"/> SENCILLO     | <input type="checkbox"/> .....           |
| <input type="checkbox"/> SERVICIAL    | <input type="checkbox"/> .....           |
| <input type="checkbox"/> DE CONFIANZA | <input type="checkbox"/> .....           |

### 4. LA AUDIENCIA... ¿QUIEN?

Por supuesto son los clientes pero quizás debas preguntarte que opinión te importa más, cuando respondas a esta pregunta te darás cuenta que la marca no es sólo importante para los clientes sino también para otras empresas, periodistas, publicistas, empleados o incluso políticos. Piensa en esto y anota aquello que te venga a la cabeza ;P

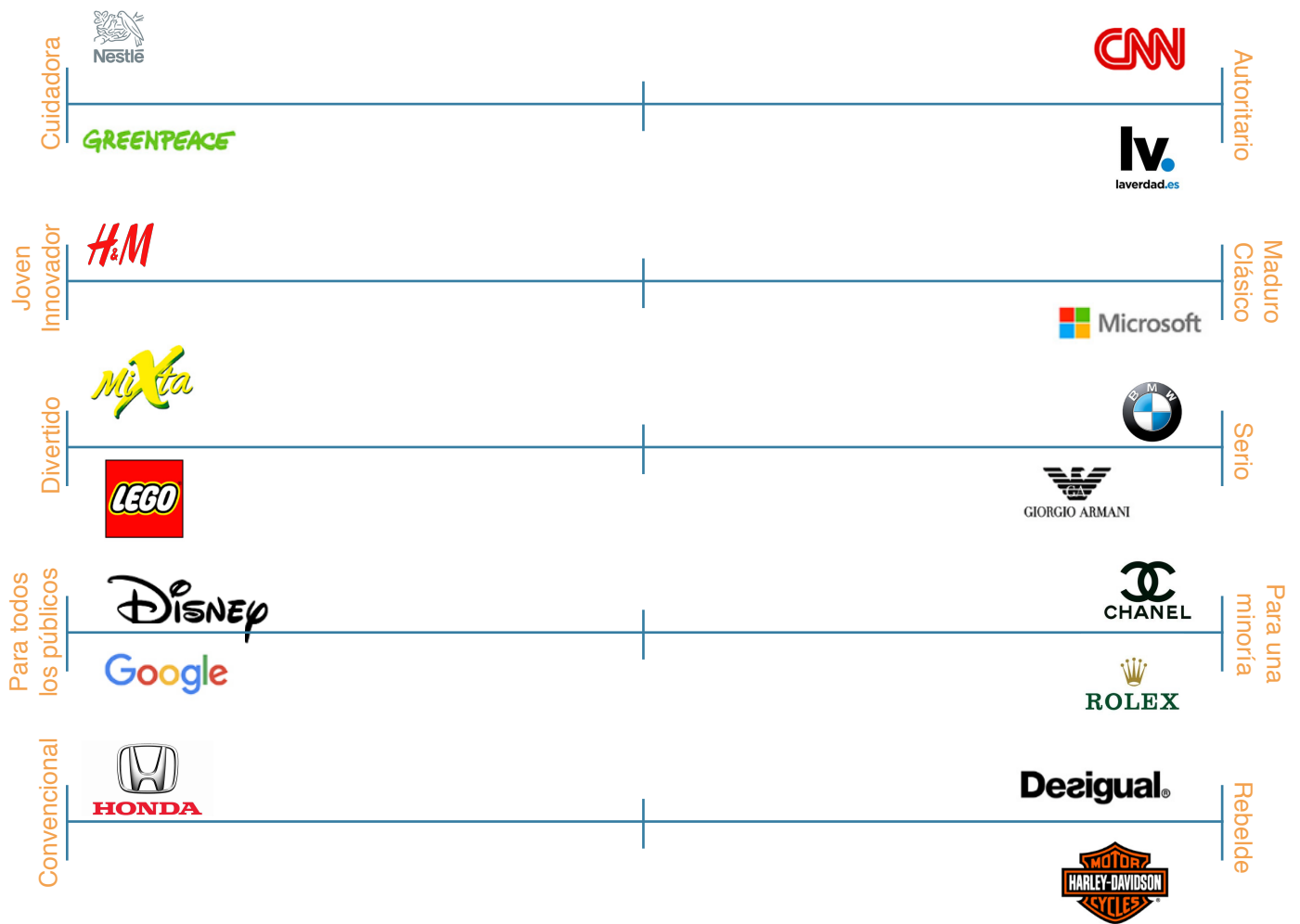
.....

.....

.....

## 5. PERSONALIDAD DE LA MARCA

A continuación vamos a mostraros un diagrama en el que tendréis que dibujar dónde pensáis que está vuestra marca entre los dos distintos tipos de personalidad de marca, como si fuera el volumen de un Dj hacer vuestro propio remix de la marca.



---

## 6. PANORAMA COMPETITIVO...

La última ya, como ves no ha sido para tanto... jejeje. En este caso sólo necesito que pienses en marcas competencia vuestra o bien que estén en el mismo sector y admires su trabajo. Enumera unas cuantas y en el ejercicio veremos como trabajar con ellas :)

.....	.....	.....
.....	.....	.....
.....	.....	.....
.....	.....	.....
.....	.....	.....

HEMOS TERMINADO  
¡¡MUCHAS GRACIAS!!