

¿EN QUÉ NIVEL ESTÁ TU MARCA?

Descúbrelo con

LORENA AYUD

Experta en Marca y Marketing

Fundadora de Pura Marca:

- Branding
- Mentoría de Marca
- Web



¿LISTO PARA DESCUBRIR LA VERDAD?

¡Hola! Soy Lorena Ayud, y es un placer acompañarte en este autodiagnóstico donde verás, **sin filtros**, en qué estado se encuentra tu marca y entorno, y qué debes de impulsar para mejorar resultados.

Podemos tener marcas muy auténticas y tener un servicio/producto bestial... Pero si esto no se percibe en nuestra marca, de poco sirve toda acción que hagas **si esa base NO FUNCIONA.**

Imagina el restaurante con la mejor pizza de tu ciudad, pero tú no lo sabes. Si ves la fachada de ese restaurante y “su imagen y mensaje echa para atrás o no lo refleja”, entonces no entras.

Sin embargo, entras al de al lado porque la fachada y el menú te hace pensar que “es decente”, aunque no sepas si merece la pena o no hasta que pruebas la pizza, ¿se entiende por dónde voy, verdad?



Tú tienes la mejor pizza, pero tu marca no lo acompaña. El restaurante de al lado tiene un producto normal, pero llama más la atención.



En otras palabras, estamos hablando de que tu marca incide DIRECTAMENTE en tus resultados. Así de claro.

No basta con serlo, también debes parecerlo.

Si estás aquí es porque no has nacido sabiendo de marca, ¿verdad? No te preocupes, cada uno a lo suyo, seguro que eres genial en lo que estés especializado, y en Pura Marca nuestro territorio experto es tu marca.

Soy Lorena Ayud, y tras 8 años acompañando a +140 negocios a impulsar su marca para impactar más y mejor, he visto de primera mano que tener una marca profesional es crucial para diferenciarte y abrir puertas.



EMPIEZA AQUÍ

Primero, debes entender con este simpático iceberg qué es una marca profesional (de nada, porque ya por fin entiendes qué es una marca 😊):



En otras palabras, una marca es la estrategia de marca (lo que no se ve pero Sí se transmite, y ojo, porque **ESTO** es por lo que te eligen a ti) sumado a la identidad visual (lo que Sí se ve y hace que te reconozcan).



NIVEL 1:

EL PRINCIPIANTE

Una vez has refrescado qué es una marca (la de verdad, la profesional, no lo que conoces como “logotipo” que, spoiler, no funciona, debes trabajar la marca completa), responde del 0 al 100, honestamente, a estas preguntas:

¿CUÁL ES EL PORCENTAJE DE PROFESIONALIZACIÓN QUE TIENE HOY TU MARCA?

Te pongo ejemplos:

a) Si la mayoría de conceptos de la imagen del iceberg de marca te suenan a chino, o no lo tienes trabajado en tu marca, entonces tu porcentaje será, según el caso, de 0 a 20%.

b) Si lo que tienes es “un logotipo”, lo sentimos, eso tampoco es una marca profesional (huye de logotipos hechos con la IA o Canva, hemos visto barbaridades y, lo que es peor, no transmiten lo que deberían).

c) Si solo tienes una identidad visual, pero no una estrategia de marca profesional, entonces rondas el 40% (de hecho, NO se debe crear una identidad visual que no esté basada en una previa estrategia de marca... Te decimos un 40% por ser buenos).

d) Si todos los términos del iceberg de una marca los tienes aplicados en tu marca profesionalmente, entonces, enhorabuena, ¡tienes una marca! (Recuerda que una marca es estrategia de marca + identidad visual).

¿Te sientes identificado con alguno de los casos anteriores? Seguro que sí, y no te preocupes, no venimos a juzgar, **venimos a impulsar y es una OPORTUNIDAD** que tengas margen de mejora, no una mala noticia.



DIAGNÓSTICO

(Si tu puntuación fue mayor a 80%, pasa al nivel 2)

NIVEL 1

Si tu puntuación media en las preguntas anteriores es menor al 80%, y sobre todo menos al 60%, entonces debes tomar cartas en el asunto:

- Tu negocio tiene un freno invisible: la ausencia de una marca top.
- Tu autoridad se percibe como baja o inexistente, respecto a lo que podría ser, incidiendo en la toma de decisiones de tu cliente (en otras palabras, o te eligen menos de los que podrían, o directamente no te tienen en cuenta o no valoran tu servicio o producto, y esto duele).
- No se percibe imagen profesional por parte de tu negocio, lo que hace que pierdas atención por segundos y se vayan a la competencia.
- Te arriesgas a, no solo tener ese freno, sino a que tu competencia vaya adelantándose a pasos agigantados (pasa mucho).
- Un cliente necesita percibir confianza en lo que está comprando, pero recuerda el ejemplo del restaurante de pizza: puedes ser el mejor, que si no lo pareces entonces no existes.
- Y lo que para nosotros es peor: estás yendo a medias y más lento con tu emprendimiento, y eso no mola nada.

Entre otras muchas variables, pero creo que ya queda claro **por qué la falta de una marca profesional es realmente grave.**

Debes de poner orden, ya sea desde cero o mejorando lo que tienes actualmente*.

*Plazas limitadas para la creación de marca o mentoría de marca.



PASOS A SEGUIR

(Si tu puntuación fue mayor a 80%, pasa al nivel 2)

NIVEL 1

Pero tranquilo, esto, en realidad, es una buena noticia.

¡Tienes la oportunidad de cambiarlo! Como ya hizo Ilyd, Antonella, Killian y más dueños de marcas que estaban en este punto, como tú.

En este punto necesitas trabajar tu marca completa: estrategia e identidad visual. Sin excepciones. No tienes marca, y un logo y colores improvisados no solucionan los problemas anteriores.

Te dejamos el ejemplo de Antonella, con su marca “Oncemil” Producciones”, donde verás cómo pasó de este nivel, a ser la elegida.

[Mira su caso clicando aquí.](#)

Roma no se hizo en 2 días, y tu negocio, tampoco, así que date la enhorabuena por haber llegado hasta aquí y seguir mejorando.

Si estás dispuesto a darle a tu negocio lo que está a la altura, puedes compartírnos tu caso en una **asesoría gratuita** donde te guiaremos, honestamente, sobre cómo cambiarlo hacia un mejor presente y futuro para tu empresa.

Agenda tu asesoría gratuita [clicando aquí](#) o métete en bypuramarca.com/enciende-tu-marca

**O ERES DIFERENTE
O ERES INDIFERENTE**
ASESORÍA GRATUITA DE 30 MINUTOS



CASO APLICADO

NIVEL 1

(Si tu puntuación fue mayor a 80%, pasa al nivel 2)

Este nivel es muy común, así que te queremos traer más casos para que veas que se puede avanzar, y cómo otras marcas ya lo han hecho:

Ilyd Bautista, activa en LinkedIn. Marca Personal ([vídeo aquí](#)).

Llegó a Pura Marca sin saber, si quiera, hacia dónde quería dirigir su emprendimiento, además de rechazo a las redes sociales y miedo a grabarse.

Ella solo sabía que quería emprender y dejar de trabajar para otros.

Tras pasar por Pura Marca, no solo se ha llevado una marca profesional posicionada como Experta en Inteligencia Artificial, sino que ahora es speaker para eventos de Google, se graba sin miedo a la cámara, ha conseguido sus primeros clientes y ha sido contratada por una gran empresa. Todo eso en 6 meses con nuestra mentoría de marca.

O el caso de Jocelyn, @pilates.withjocelyn en Instagram ([vídeo aquí](#)).

Jocelyn llegó por recomendación a Pura Marca, y quería hacer algo aparentemente imposible...

Dejar su trabajo con gran sueldo como odontóloga en España, y construir una nueva vida como profesora de pilates.... Pero espera, que tenía una capa más de dificultad: esto último en Chipre, donde no conocía a nadie ni habla el idioma. Empezar de 0 en todo.

¿Difícil? No si lo haces bien.

Jocelyn lleva ya 2 años con clientas fijas en sus clases de pilates, y cada vez es más conocida en Chipre, con una comunidad en Instagram a la que cuida mucho.



NIVEL 2:

LA PROMESA

Solo si has aprobado el nivel 1.

Si has llegado aquí, ¡has pasado la primera prueba! Vamos a la siguiente:

¿CUÁL ES EL PORCENTAJE DE ESTRATEGIA QUE HAY HOY DETRÁS DE LOS ESCAPARATES DE TU MARCA? ESTRATEGIA DE MARCA, IMAGEN PERSONAL, CANALES, MENSAJE, REDES, WEB, ETC.

Te pongo ejemplos:

a) Si tus escaparates (redes, web, dossieres, landings, email,...) se ven “principiantes” (con todo el amor, seguro que le has puesto cariño) o no existen, entonces directamente es 0, porque LITERALMENTE eso está frenando que la gente te elija, te está frenando.

b) Si no tienes escaparates digitales (redes, web, portfolio, email y WhatsApp corporativo,...) pero sí que te mueves mucho presencialmente (eventos, talleres, conferencias, networking presencial,...) entonces estás entorno al 15% de tu potencial, y es que lo digital potencia la cantidad de personas que pueden conocerte.

Mientras que presencialmente solo puedes estar en un sitio e impactar a X personas, digitalmente tus escaparates trabajan las 24h por ti (si lo haces bien) y pueden impactar a miles de personas a la vez.

c) Si sí tienes escaparates, por ejemplo Instagram o web, pero no refleja tu marca o no sabes qué contenido subir o cómo hacerlo, entonces el problema no eres tú... El problema es que necesitas ayuda para avanzar. Estás entorno al 30% de potencial si te encuentras en este punto.

d) Si eres un pro y tienes tus escaparates reflejando correctamente una imagen estratégica siguiendo tu marca, además de estrategia de contenido, sistema de ventas y no te cuesta subir contenido ni cerrar ventas, entonces enhorabuena, ¡céntrate en escalar tu marca y pasa al siguiente nivel!



DIAGNÓSTICO

(Si tu puntuación fue mayor a 80%, pasa al nivel 3)

NIVEL 2

Insistimos: **el fallo no eres tú.**

Es que necesitas más claridad y estrategia, e incluso acompañamiento para que ese bloqueo que tienes, se vaya, mediante una mentoría.

No necesitas ser experto en redes sociales o estrategia, no va por ahí, lo que probablemente falle es la base.

Necesitas CLARIDAD y conexión con tu marca, con por qué deben elegirte a ti, con quién es tu cliente, con qué necesita de ti, con por qué debe de elegirte a ti. O ya lo sabes, pero no sabes comunicarlo.

Si no hay claridad (o acción), entonces no sabes dar siguientes pasos, no es tu culpa, **y en Pura Marca nos encontramos casos así a diario.**

Agenda ahora tu asesoría gratuita para ver juntos en qué punto estás y ayudarte con el siguiente paso: [clica aquí para agendarla](#).



¿QUÉ VAS A CONSEGUIR?

En esta **videollamada gratuita de 30 min** conseguirás:

- ✓ Claridad total sobre el estado de tu marca.
- ✓ Identificamos tus bloqueos y oportunidades.
- ✓ Visión sobre cómo encender el potencial de tu marca.
- ✓ Saldrás con claridad del siguiente paso para ello.



CASO APLICADO

NIVEL 2

(Si tu puntuación fue mayor a 80%, pasa al nivel 3)

Que sí, que no, que sí, que no... Stop. Para. Piensa.

Conexión y claridad es lo que falta.

Gema Ordóñez, +32k seguidores en @gemaordonez_ ([vídeo aquí](#))

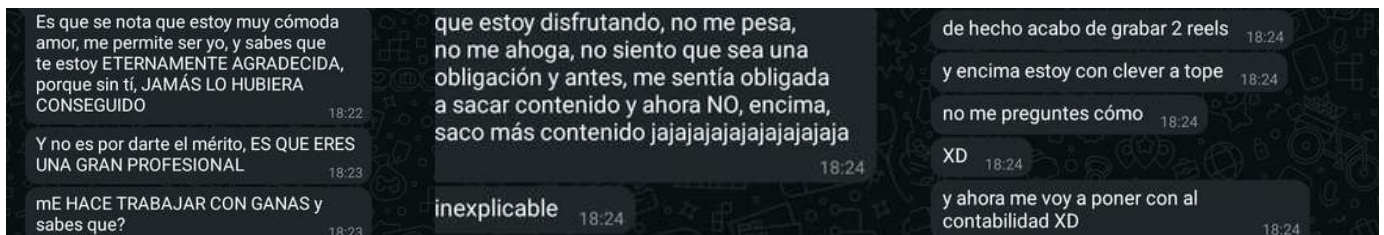
Llegó a Pura Marca sintiéndose “perdida” como fundadora de una franquicia fitness, además de marca personal.

Subía contenido continuamente, pero se le hacía bola y no terminaba de conectar con su audiencia. Ya se le hacía pesado.

Le devolvimos lo que realmente necesitaba, que NO era una estrategia de contenidos, ni invertir en publicidad, ni “un feed más bonito”,...

Necesitaba volver a conectar con su marca, encontrarle el sentido, y definirla.

Y ya te digo si lo hizo... Tras trabajar su rebranding, Gema ahora disfruta de sus redes sociales, de generar contenido, de conectar con su cliente ideal, y de cada consulta que consigue gracias a ella. Lo dice ella:



No es solo contenido, no es solo una estrategia, no es solo una foto bonita (que Gema tenía muchas): es CONECTAR (o crear) el propósito de tu marca, además de que se perciba en la primera impresión.

Y todo esto, incide en la estrategia de contenidos, of course.



NIVEL 3:

**EL TESORO
OCULTO**

Solo si has aprobado el nivel 1 y 2.

Si has llegado aquí, ¡has pasado algunas barreras! Vamos a la siguiente:

¿CUÁL ES EL VALOR PERCIBIDO HOY DE TU MARCA? ¿MENOS DE LO QUE VALE, LO MISMO O MUCHO MÁS?

Ejemplos:

- a)** Si tu cliente ideal tras descubrirte no se interesa por ti, entonces es urgente hacer algo. Estás entorno al 0-20%.
- b)** Si tu cliente ideal, tras descubrirte te pregunta precio y finalmente no cierra, entonces estás entorno al 40%.
- c)** Si tu cliente ideal, tras descubrirte se interesa por ti pero elige a tu competencia o nunca más te escribe, entonces estás en un 50%.
- d)** Si tu cliente ideal, tras descubrirte te pregunta y cierras un porcentaje considerable, entonces vas en buen camino.

PASOS A SEGUIR

Si estás en el caso a, b o c, entonces debes de revisar tu estrategia de marca, identidad visual, mensaje, posicionamiento, estrategia de contenidos, y prácticamente afinar más.

También te recomendamos usar fotografías profesionales y, por favor, no uses fotos con la IA, eso no conecta ni crea credibilidad ni confianza (a no ser que seas un crack de la IA generativa y no se note que es IA).

Agenda ahora tu asesoría gratuita para ver con una experta qué está fallando y qué tocar para impulsarlo, [clica aquí para agendarla](#).



CASO APLICADO

(Si tu puntuación fue mayor a 80%, pasa al nivel 4)

NIVEL 3

¿Sabes que a las marcas referentes también les puede pasar esto?

Marc Verdú, YouTuber con +300.000 suscriptores en YouTube, y +7000 alumnos en su formación referente en Dropshipping ([su caso más profundo aquí](#)).

Marc llegó a Pura Marca por recomendación, siendo consciente de que tenía un problema: su marca no reflejaba todo el valor que aportaba, además de la autoridad que tenía como referente del sector.

Marc es un genio comunicando, pero su marca no le acompañaba.

Y eso, como ya sabes, es un freno invisible.

Tras crear con Pura Marca su nueva imagen y estrategia, Marc pudo estrenarla en la Feria de Ecommerce más grande del mundo.

Todo un éxito.

Desde entonces, Marc ha actualizado el precio 2 veces en menos de un año sin problema, alineado a una marca de mayor valor percibido y una formación evolucionada, y es que dio un salto en todos los sentidos.

Marc vino con un valor de marca percibido que no estaba a su altura (que es mucho, es un genio en lo suyo), y se fue con una marca al nivel del referente y experto que es.

También es el caso de **Titan 13, con +3,2 millones de seguidores, sobre todo en YouTube**. Otro referente en su sector (ecommerce en esta ocasión, [mira su caso aquí](#)).

Según su fundador, tras el rebranding que le hicimos explotó la demanda en Black Friday, además de que ahora sus clientes saben que ellos son los originales y a los que hay que elegir.



NIVEL 4:

EL REFERENTE

Solo si has aprobado el nivel 1, 2 y 3.

Última prueba... ¡Vamos a las maravillosas ventas!

DEL 0 AL 100 Y TENIENDO EN CUENTA QUE SÍ QUE TRABAJAS TUS ESCAPARATES Y TIENES UNA MARCA, ESTRATEGIA DE CONTENIDOS Y SISTEMA DE VENTAS QUE FUNCIONA, ¿CUÁNTO DE COHERENTE ES TU MARCA CON LO QUE REALMENTE ES AHORA?

Te pongo ejemplos:

- a)** Si no sientes que tu marca haya evolucionado junto a tu negocio, por ejemplo, has cambiado de cliente ideal pero tu marca no lo transmite, o ahora juegas en una liga mayor, entonces estás en un 20%.
- b)** Si sientes que el propósito o la misión de tu marca ha cambiado y ya no es el que transmite ahora, también estarás por debajo del 50%.
- c)** Si tus servicios han cambiado, pero tu marca sigue como la versión BETA de tu negocio, entonces también suspensas.
- d)** Si tu estrategia de marca (propósito, cliente ideal, misión, promesa, etc) sigue igual pero sientes que tu identidad visual ya se ha quedado atrás, entonces estás por debajo del 50%.

Lo que necesitas aquí es lo que se conoce como rebranding.

O sea, darle una vuelta a tu marca, pero manteniendo su historia y alineándola con tu nueva visión.



¿Sabes esa sensación de tener un amigo de toda la vida, pero que ya no te resuena igual?

Pues es exactamente eso.

Ya no funciona, algo ha cambiado, y tienes que tomar decisiones.

Tu marca está pidiendo auxilio.

Pregúntate cuál es el propósito ahora, cómo ha evolucionado, qué visión tiene ahora, cómo la querrías ver de aquí a 3 años...

Sí, tu marca está viva, y evoluciona igual que tú.

El rebranding es un proceso precioso, y en Pura Marca te ayudamos a ello, tocando solo lo que sea necesario, pero manteniendo tu historia.

[Coméntanos tu caso agendando aquí tu asesoría gratuita.](#)

CASO APLICADO

Nómadas Fiscales, @nomadasfiscales en Instagram, presentó un crecimiento exponencial desde su comienzo en 2023 ([caso aquí](#)).

Hizo su rebranding con Pura Marca con objetivo de introducirse en el mercado desde 0. Y ya ves si lo conseguimos: tras 3 años y una evolución estratosférica, su negocio se expandió muchísimo.

Otro cliente ideal, empresa mucho más profunda y mayor equipo...

Tras un rebranding exitoso con una estrategia e identidad diferente, ahora su posicionamiento dice “jugamos como referentes”.



HAZ QUE TU MARCA ABRA PUERTAS, NO LAS CIERRE

Seguro que este autodiagnóstico te ha hecho entender en qué punto está tu marca y tienes más claridad.

Es fundamental tener tu marca trabajada, para que el resto de actores funcionen correctamente.

La marca es la base,
el centro de tu negocio.

Sin esa base construida,
todo lo demás tiembla.

Si quieres darle un impulso, estás
en el lugar correcto para ver tu caso.

608 608 110
bypuramarca.com

 **@lorena.ayud**

 **PURA
MARCA**

