MINI CURSO GRATUITO

3 PILARES FUNDAMENTALES PARA LANZAMIENTO EXITOSO



Hoja de trabajo 01

LA ESTRATEGIA DE TU MARCA

INDICE

¡Hola! 3

1# Desarrolla la personalidad de tu marca 4

2# Diferenciación & Especialización 6

3# Escoge un nicho de mercado 7

4# Conoce en profundidad a tu cliente ideal 8

5# Construye tu servicio principal 9

Tu opinión me importa 10

Copyright 2018 © Marta Bernal - **martabg.com**. Todos los derechos reservados. No está permitida la reproducción total o parcial de este documento, ni su incorporación a cualquier sistema informático, ni su transmisión de cualquier forma o cualquier medio sin la previa autorización de la autora.

¡HOLA!



Soy Marta Bernal y estoy encantada de tenerte leyendo estas páginas. Si no me conoces, soy **mentora especializada en branding.**

Autora de martabg.com donde **ayudo a coaches, psicólogos y terapeutas a crear una marca única, con alma, que conecte su personalidad con la esencia de sus negocios para atraer clientes cualificados** a través de su imagen visual.

Mi objetivo con esta hoja de trabajo es **ayudarte a crear la estrategia para tu marca con el fin de lanzar tu proyecto de desarrollo personal de forma exitosa al mercado Online.**

Define la estrategia de tu marca para saber qué tienes que comunicar al exterior, quién es tu potencial cliente y cómo vas a dirigirte a él

QUÉ VAS A ENCONTRAR AQUÍ

1. **Ejercicios para poner en práctica los puntos explicados** en el vídeo.
2. **Ejemplos para ayudarte a** comprender los conceptos tratados con el fin de que puedas **crear una estrategia que te diferencie**.

Con todo esto, podrás definir el branding de tu proyecto, el cuál te ayudará a destacar en el mercado Online y mostrar al público el valor del trabajo que realizas.

Espero que con la ayuda de este mini curso puedas **lanzar tu proyecto de forma exitosa al mercado Online y posicionarte como referente.**

¡Muchas gracias!



Copyright 2018 © Marta Bernal - martabg.com. Todos los derechos reservados. No está permitida la reproducción total o parcial de este documento, ni su incorporación a cualquier sistema informático, ni su transmisión de cualquier forma o cualquier medio sin la previa autorización de la autora.

1# DESARROLLA LA PERSONALIDAD DE TU MARCA

Comprender, entender y construir la personalidad de tu negocio es **clave. Para conectar con tus potenciales clientes**, crear coherencia y ser constante en la comunicación que realices para tu marca.

Además, si eres una persona sería, formal y profesional. No pretendas desarrollar una personalidad alegre y divertida para tu marca. Ya que esa identidad no fluirá contigo y se generará un desequilibrio que puede tambalear el lanzamiento de tu negocio. E incluso, su posicionamiento en el mercado.

Vayas a crear tu proyecto bajo tu marca personal o con una marca genérica, su personalidad debe representarte

Eres el alma del proyecto, el autor de dicha idea. Por ello, debes mostrar tu forma de ser en la comunicación de tu marca para conectar con el público al que quieres ayudar.

Para ello, **tienes que hacerte preguntas**. Cuantas más preguntas te hagas más fuerte será la marca que construyas.

Sé sincero contigo, **analiza los aspectos** de tu personalidad **que te hacen único y aquello que destaca en tu sistema de trabajo** para diferenciarte y conectar con tu cliente ideal.

Por ejemplo, sí eres una persona alegre cuyo objetivo es ayudar a emprendedores a ser positivos y eliminar aquellos bloqueos que le impiden avanzar, a través de la psicología cognitiva. Tenlo en cuenta para destacarlo a través de tu marca y su comunicación.

Pasa a la acción, respondiendo las siguientes preguntas:

1/ Sí tuvieras que explicar a un desconocido que haces en tu proyecto ¿cómo lo haría?

2/ ¿Qué quieres que opine el público sobre tu marca cuando no estás presente?

Copyright 2018 © Marta Bernal - **martabg.com**. Todos los derechos reservados. No está permitida la reproducción total o parcial de este documento, ni su incorporación a cualquier sistema informático, ni su transmisión de cualquier forma o cualquier medio sin la previa autorización de la autora.

3/ ¿Cuáles son las palabras que describen tu personalidad?

4/ Sí tuvieras que escoger sólo una palabra de las anteriores, ¿con cuál te quedarías?

5/ ¿Has apostado por tu marca personal o una marca genérica? Pon aquí el nombre que vas a utilizar o estás utilizando en tu negocio. Debes tener esto claro para crear el nombre de tu marca, así como, comprar el dominio de tu Web. Para más información, **clica aquí**.

6/ ¿Cómo describirías el estilo visual que te gusta? Pensar en la decoración de tu hogar o tu forma de vestir, te ayudará. ¿Tienes un estilo dulce, femenino y delicado o, por el contrario eres una mujer fuerte, con un estilo rockero, elegante y sofisticado? Más información, **aquí**.

7/ ¿Qué elementos visuales te ayudarán a transmitir el estilo de tu marca, así como, tu personalidad? Por ejemplo, sí tienes un estilo femenino y dulce, los colores pasteles y las tipografías manuscritas te ayudarán a comunicar al público el mensaje que deseas.



Diferénciarte definiendo el branding de tu negocio para crear una marca única que conecte con tu cliente ideal.

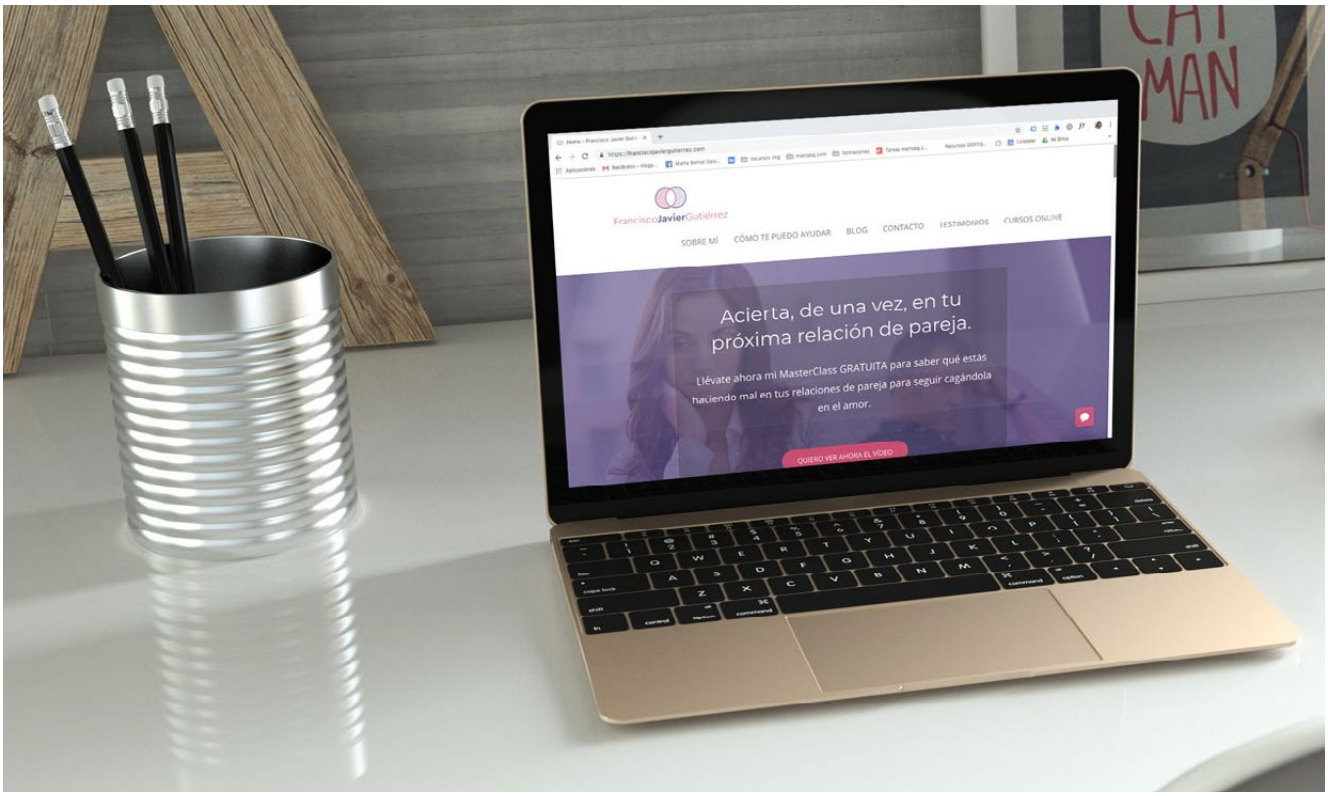
Copyright 2018 © Marta Bernal - **martabg.com**. Todos los derechos reservados. No está permitida la reproducción total o parcial de este documento, ni su incorporación a cualquier sistema informático, ni su transmisión de cualquier forma o cualquier medio sin la previa autorización de la autora.

2# DIFERENCIACIÓN & ESPECIALIZACIÓN

En el mercado Online **cuan más especializado estás, más destacas y te diferencias de otros profesionales**. Lo que te ayudará a convertirte en un referente dentro del sector del desarrollo personal.

Aquí tienes algunos ejemplo para que entiendas de lo que te hablo:

- **Paloma García:** Coaching de idiomas para eliminar bloqueos en el aprendizaje
- **Mar Clarós:** Piscóloga y terapeuta emocional para mujeres
- **Francisco Javier Gutiérrez:** Experto en amor consciente



Sé que es una tarea complicada que conlleva trabajo de autoconocimiento, reflexión y análisis. Por ejemplo, ¿cómo escoger entre el coaching estratégico o mindfulness? ¿Qué rama elegir? ¿En qué especializarte? Escoge aquello que más te guste y se te dé mejor.

Apostar por especializarte te posisiconará como referente en el mercado. Además, puede ser una referencia para saber el concepto que usar a la hora de diseñar tu logotipo o el símbolo de tu marca.

Copyright 2018 © Marta Bernal - **martabg.com**. Todos los derechos reservados. No está permitida la reproducción total o parcial de este documento, ni su incorporación a cualquier sistema informático, ni su transmisión de cualquier forma o cualquier medio sin la previa autorización de la autora.

3# ESCOGE UN NICHO DE MERCADO

Otra herramienta para especializarte. Ya que no es lo mismo ser coach nutricional para niños, que ser coach nutricional para deportistas de élite.

Cada nicho tiene sus necesidades, las cuales identificas con facilidad cuando estás familiarizado con él. Premitiéndote crear contenidos de valor únicos y exclusivos para tus potenciales clientes.

En consecuencia de ello; destacas, te diferencias y te conviertes en referente.

Aquí **uno de los errores que cometí** cuando realicé el lanzamiento de mi proyecto Online. **Por miedo a cerrarme puertas** me "especialicé" en emprendedoras. Llegando a mi proyecto profesionales de todos los sectores. Personas que no estaban alineadas con mis valores, mi forma de pensar y trabajar. Por esta razón, los servicios no fluían como es debido y el resultado final no era el deseado.

Por eso, la **importancia del autoconocimiento cuando defines la estrategia de tu marca**. Para crear una especialización que te permita llamar la atención de personas alineadas con tus valores, dispuestas a trabajar contigo y seguir tu proceso de trabajo.

Cuando encuentras un nicho con el que te sientes cómodo, el cuál conoces y te apasiona... El resultado final es mejor de lo que esperas. Tanto tú como tu cliente estáis en sintonía. Es decir, vibráis en la misma frecuencia, haciendo que el servicio fluya de forma armoniosa.

Copyright 2018 © Marta Bernal - **martabg.com**. Todos los derechos reservados. No está permitida la reproducción total o parcial de este documento, ni su incorporación a cualquier sistema informático, ni su transmisión de cualquier forma o cualquier medio sin la previa autorización de la autora.

4# CONOCE EN PROFUNDIDAD A TU CLIENTE IDEAL

Analiza **qué quiere, necesita y le preocupa**. Cuantos más detalles sepas de esta persona, mejor podrás comunicarte con él. Además de ofrecerle soluciones a sus problemas a través del contenido que realizas.

Cuando hablo de **cliente ideal** hablo de una persona con nombre, edad, situación sentimental específica, etc. Es decir, **define a tu cliente ideal con pelos y señales**. No te dejes nada en el tintero.

Usa como ejemplo a un antiguo cliente con el cual te hayas sentido cómodo trabajando. El típico cliente que tras la primera sesión con él piensas: ¡Wow! Quiero que todos mis clientes sean iguales.

Pasa a la acción describiendo a tu cliente ideal:

Copyright 2018 © Marta Bernal - **martabg.com**. Todos los derechos reservados. No está permitida la reproducción total o parcial de este documento, ni su incorporación a cualquier sistema informático, ni su transmisión de cualquier forma o cualquier medio sin la previa autorización de la autora.

5# CONSTRUYE TU SERVICIO PRINCIPAL

Un servicio completo **que ayudará a tus potenciales clientes** a resolver su problema y con el cuál sabes que obtendrán resultados.

Te hablo de servicios paquetizados. Es decir, olvídate de las sesiones individuales de coaching a 50 o 60€

Por ejemplo, si ayudas a las mujeres a superar una ruptura puedes ofrecerle un pack que incluya lo siguiente:

- Primera sesión de 60 minutos.
- Hojas de trabajo para que analicen los pros y contras de su cambio de vida.
- Hoja de ejercicios para que empiecen a ver el lado positivo de su nueva situación sin demonizar a su ex.
- 2ª Sesión para analizar los ejercicios y ofrecerle herramientas de gestión emocional que le ayuden a salir del bache, cambiar su forma de pensar y ver la situación desde otra perspectiva.
- Ultima reunión donde, tras poner en práctica los ejercicios, podrá contrate su experiencia, cambio de visión y planes de futuro.

Como ves, **al paquetizar servicios estás aportando valor**. Así como, crear seguridad en el trabajo que realizas. Porque al tener los pasos definidos, tendrás más garantía de que tus clientes conseguirán resultados tras trabajar contigo.

Empieza a crear tu primer servicio paquetizado:

Copyright 2018 © Marta Bernal - **martabg.com**. Todos los derechos reservados. No está permitida la reproducción total o parcial de este documento, ni su incorporación a cualquier sistema informático, ni su transmisión de cualquier forma o cualquier medio sin la previa autorización de la autora.

TU OPINIÓN ME IMPORTA

¿Qué te ha pareciendo el primer vídeo del curso? ¿Cómo te ha ayudado esta hoja de ejercicios?

Me encantaría conocer tu opinión al respecto, puedes escribirme a info@martabg.com y contarme cómo te está yendo.

Muchas gracias por todo y,
¡Hasta pronto!

Un abrazo,

Marta Bernal
martabg.com

Copyright 2018 © Marta Bernal - **martabg.com**. Todos los derechos reservados. No está permitida la reproducción total o parcial de este documento, ni su incorporación a cualquier sistema informático, ni su transmisión de cualquier forma o cualquier medio sin la previa autorización de la autora.