

# Workbook de Auditoria de Marca

REVISÁ TU MARCA, DETECTÁ QUÉ ESTÁ FUNCIONANDO (Y QUÉ NO),  
Y DESCUBRÍ LOS CAMBIOS QUE NECESITÁS HACER PARA LLEVAR TU  
PROYECTO AL SIGUIENTE NIVEL.



## *Hola!* **Founder**

Si estás acá, es porque sabés que tu marca no es solo un logo o una estética atractiva. Es una herramienta clave para potenciar tu negocio digital, generar conexión con tu audiencia y escalar con estrategia.

Este workbook fue creado como una guía de diagnóstico para ayudarte a identificar en qué etapa está tu marca hoy, qué elementos necesitan fortalecerse y qué oportunidades están listas para ser aprovechadas.

Ya sea que estés recién empezando o tengas un negocio en marcha, vas a poder auditar tu proyecto desde tres pilares fundamentales:

**Sustancia, Posicionamiento y Expresión.**

Este material no es solo un ejercicio teórico:

Es el primer paso para tomar decisiones conscientes y construir una marca que te diferencie, que venda, y que sostenga tu crecimiento a largo plazo.

# Quienes *SOMOS*

Soy Ángeles Carol, y junto a mi equipo ayudo a líderes de proyectos a profesionalizar, expandir y escalar sus negocios digitales desde la estrategia, el branding, el diseño y la tecnología.

Acompañamos marcas en distintas etapas, desde quienes están lanzando su primer producto, hasta quienes ya tienen estructura pero necesitan ordenar y optimizar su presencia, su comunicación o sus sistemas.

Nuestro enfoque es integral, creativo y accionable.

Y este workbook es solo el comienzo.

# ¿Qué sigue?

Una vez que completes esta auditoría, vas a tener una visión mucho más clara sobre el estado actual de tu marca.

Si detectás que hay puntos débiles, ¡bien! Ese diagnóstico es lo que te va a permitir avanzar con foco y estrategia.

Y si necesitás ayuda para trabajar en esos puntos, estamos para eso.

Podés agendar una reunión o escribirnos directamente desde [angelescarol.com](http://angelescarol.com) para que pensemos juntas/os la mejor forma de escalar tu proyecto.

**PERO, PRIMERO**

## ¿QUÉ ES UNA MARCA?

Para que un proyecto sea sostenible hoy en día, hay que entender bien la diferencia entre un negocio y una marca.

Tu negocio es la parte operativa: lo que vendés y cómo lo vendés.

Tu marca es tu reputación, el motivo por el cual alguien te elige.

Cuando le quitás la marca a un negocio, muchos se ven parecidos.

Pero lo que los diferencia (lo que hace que una persona sienta afinidad y elija) es justamente esa marca: cómo comunica, cómo se posiciona, cómo conecta.

Eso es lo que vas a trabajar acá.

Una marca que sea mucho más que un logo: una identidad con sentido, que haga crecer tu proyecto.

## LOS TIEMPOS CAMBIARON

Las formas de consumir cambiaron, y eso es una oportunidad enorme. Las redes sociales, los nuevos hábitos digitales y las expectativas de las nuevas generaciones nos invitan a construir marcas más humanas, coherentes y con sentido.

Hoy ya no se trata solo de listar características o beneficios. Lo que buscamos como consumidores es sentir que estamos eligiendo desde un lugar emocional, con marcas que nos inspiran confianza, nos representan y nos aportan valor.

Las marcas que entienden esto son las que logran crecer, conectar y diferenciarse. Y si sentís que tu marca todavía no está ahí, este workbook es el primer paso para empezar a trabajar en eso.

Estás a tiempo de evolucionar, de ajustar lo necesario y construir una marca que esté alineada con lo que el mercado de hoy espera... y lo que vos querés proyectar.

Hay una idea de Simon Sinek (escritor y motivador inglés) que nos encanta:

*“La gente no compra lo que hacés, sino por qué lo hacés”.*

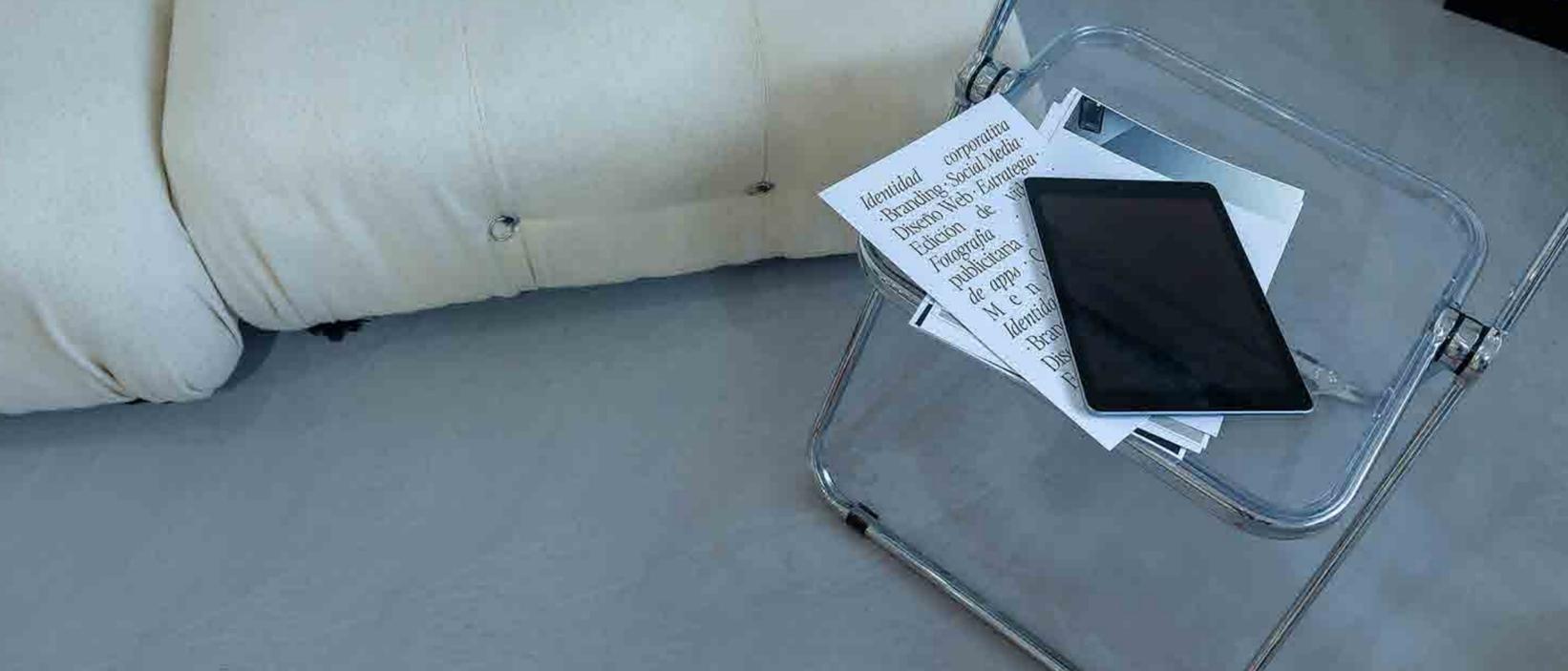
Acá te invito a hacer una pausa y conectar con tu propósito.

Preguntate: ¿Por qué empezaste este proyecto?

¿Para qué lo hacés? ¿Qué te mueve?

Volvé a preguntarte “¿por qué?” cada vez que respondas, hasta que llegues a la raíz.

Tu marca tiene que ver con eso. Con lo que vos creés, y que tu comunidad también puede valorar.



## Pilar 1: *Sustancia*

Construyendo una marca con sentido

Tu marca necesita algo más que productos o servicios: necesita una razón de ser. Esa esencia es lo que genera conexión real con la audiencia.

Mayoría de **SÍ**: Estás construyendo desde un lugar sólido.  
Mayoría de **NO** o **DUDAS**: Tenés la oportunidad de reconectar con la esencia de tu marca y fortalecerla desde la base.

## Auditoria

Marcá las respuestas que mejor representen tu situación:

¿Mi marca tiene un motivo real para existir, más allá de generar ingresos?

Sí  No  No estoy segura/o

¿Ese propósito está alineado con lo que mi comunidad también valora?

Sí  No  No estoy segura/o

¿Creo en ese propósito incluso si no generara ganancias inmediatas?

Sí  No  No estoy segura/o

¿Tengo una visión clara de hacia dónde quiero ir con esta marca?

Sí  No  No estoy segura/o

¿Sé cuál es la misión y cómo quiero que se concrete en acciones reales?

Sí  No  No estoy segura/o

¿La forma en que se comporta mi marca resulta atractiva para quienes quiero atraer?

Sí  No  No estoy segura/o

¿Ese comportamiento está alineado con mis valores personales y profesionales?

Sí  No  No estoy segura/o



## Pilar 2: *Posicionamiento*

Encontrá tu lugar en el mercado

Hoy más que nunca, diferenciarte es clave.

El posicionamiento es lo que permite que tu marca se destaque, sea recordada y genere valor.

Mayoría de **SÍ**: Tenés un posicionamiento con potencial.

Mayoría de **NO** o **DUDAS**: Este es un gran momento para redescubrir tu diferencial y trabajar una propuesta de valor fuerte.

## Auditoria

Marcá las respuestas que mejor representen tu situación:

¿Conozco bien a mi audiencia ideal?

Sí

No

No estoy segura/o

¿Sé qué desea, qué teme y qué necesita de una marca como la mía?

Sí

No

No estoy segura/o

¿Entiendo cómo es su vida cotidiana y su forma de consumir?

Sí

No

No estoy segura/o

¿Sé qué otras opciones considera además de mi marca?

Sí

No

No estoy segura/o

¿Tengo claro qué hacen bien (y no tan bien) mis competidores?

Sí

No

No estoy segura/o

¿Tengo un diferencial real frente a ellos?

Sí

No

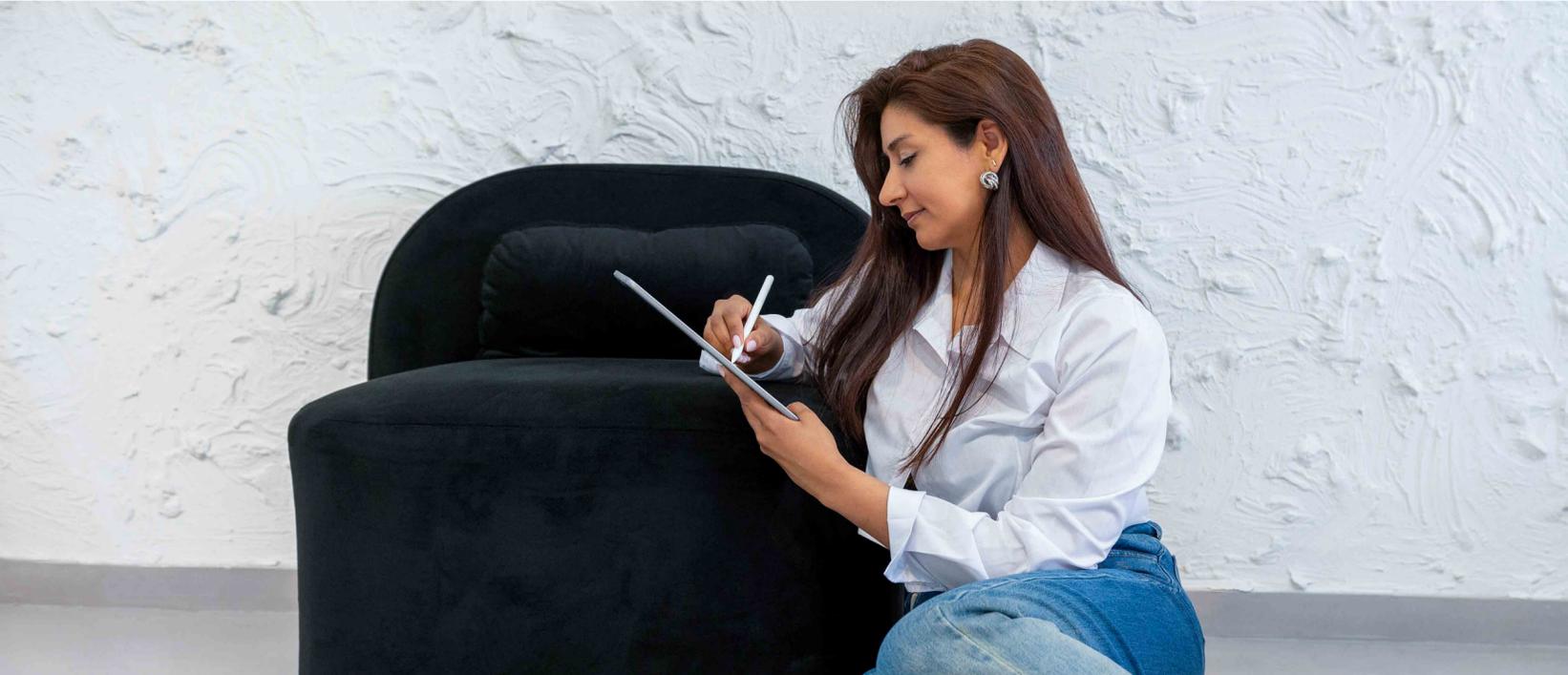
No estoy segura/o

¿Ese diferencial es único y representativo de mi marca?

Sí

No

No estoy segura/o



## Pilar 3: *Expresión*

Convertí tu marca en una experiencia

La expresión de tu marca es lo que la gente percibe, siente y recuerda. Es clave para generar confianza, coherencia y conversión.

Mayoría de **SÍ**: Tu expresión está alineada con tu esencia.  
Mayoría de **NO** o **DUDAS**: Podés trabajar en que lo que mostrás sea tan fuerte como lo que ofrecés.

## Auditoría

Marcá las respuestas que mejor representen tu situación:

**¿Conozco la personalidad de mi audiencia ideal?**

Sí

No

No estoy segura/o

**¿Tengo una guía clara de mensajes que definan qué y cómo comunicar?**

Sí

No

No estoy segura/o

**¿Mi tono de voz transmite una identidad coherente y atractiva?**

Sí

No

No estoy segura/o

**¿Mi contenido está logrando conectar y convertir?**

Sí

No

No estoy segura/o

**¿Mi identidad visual refleja lo que quiero proyectar?**

Sí

No

No estoy segura/o

**¿Visualmente conecto con lo que mi audiencia espera o necesita?**

Sí

No

No estoy segura/o

**¿Mi presencia digital comunica el valor que quiero transmitir?**

Sí

No

No estoy segura/o

# ¿Cómo seguimos?

Este workbook te permitió mirar tu marca con otros ojos. Si detectaste áreas a mejorar, no es una debilidad: **es una oportunidad de crecimiento.**

Podemos acompañarte a trabajar en estos tres pilares y armar un plan a medida para escalar tu negocio digital.

**Agendá una reunión**

*Estamos listas/os para potenciar tu marca desde donde estés hoy.*

*angeles carol*