



El Guion de Marca

Es una hoja de ruta de donde saldrá toda la comunicación universal de tu negocio para cada una de las fases de tu potencial cliente.

Con tu guion de marca serás capaz de clarificar tu mensaje, simplificar tu marketing y alcanzar tus objetivos.

“Si confundes pierdes”



Estructura Guion de Marca

Para que se entienda la estructura del Guion de Marca, se va a representar a través de un ejemplo.

Cliente: Padres primerizos

Guía/mentor: Coach de parejas



La historia

Debes contar una historia donde tu potencial cliente sea el **actor principal** de la misma.

Debes hacerle el protagonista. No actúes comunicando lo bien que lo haces y pon el foco en la persona que quiere resolver su **problema**.

Cuéntale lo que va a conseguir y cómo va a cambiar su vida con una **promesa real, medible y directa**.

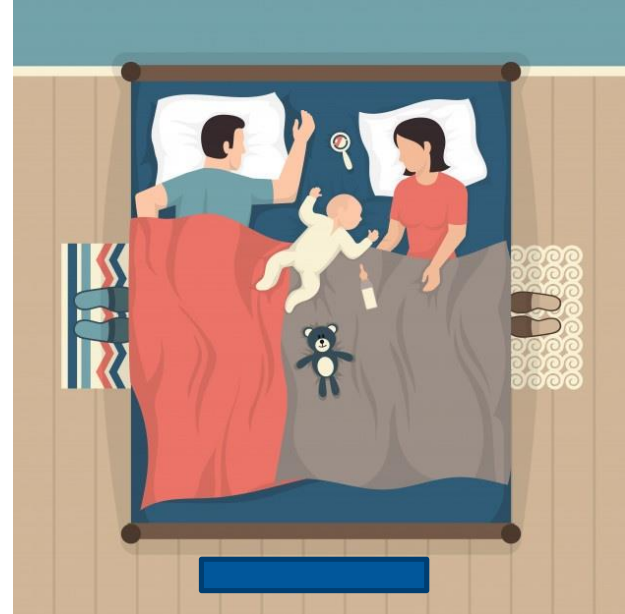


El actor principal

Un actor principal = Cliente

¿Qué quiere?

¿Qué quiere tu cliente en relación con tu producto o servicio?

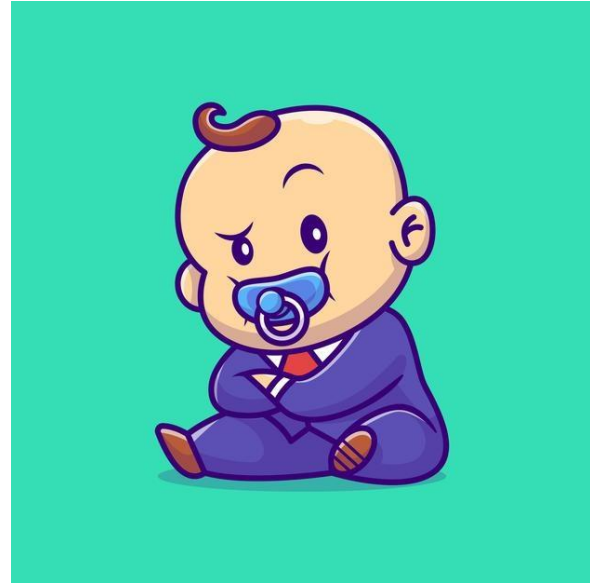


Tiene un PROBLEMA

El villano

*¿Quién es el villano de la historia?
Personifica la causa del problema de tu
cliente.*

Yo solo quiero comer, dormir y llorar.



Tiene un PROBLEMA

El problema externo

¿A qué problema hace frente tu cliente en relación con tu producto o servicio?

¡Ya es la cuarta noche así! esto es más complicado de lo que pensábamos.



Tiene un PROBLEMA

El problema interno

¿Cómo hace sentir el villano a tus clientes?

¡No he dormido nada, esta noche te haces cargo tú del niño! ¡De eso nada! mañana tengo una reunión importante.



Tiene un PROBLEMA

Filosófico

¿Por qué tu cliente se siente así de agobiado por este problema?

¿No deberíamos ser más felices al tener nuestro bebé?



Conoce a un GUÍA

Un mentor, una aliada

Qué empatiza

*¿Conoces cómo se siente tu cliente?
¿Qué tipo de mensaje serías capaz de
transmitir para expresar empatía y
comprensión?*



Conoce a un GUÍA

Un mentor, una aliada

Muestra autoridad

¿Cómo puedes demostrar tu competencia para resolver el problema de tu cliente?



Y le proporciona un PLAN

Una hoja de ruta

Proceso

¿Podrías exponer tres o cuatro pasos para que tus clientes considerasen la compra o contratación de tus productos o servicios?



Y le proporciona un PLAN

Una hoja de ruta

Acuerdo

Enumera algunos acuerdos que puedes llevar a cabo con tu cliente para aliviar sus temores y derribar barreras limitantes a la hora de hacer negocio contigo.

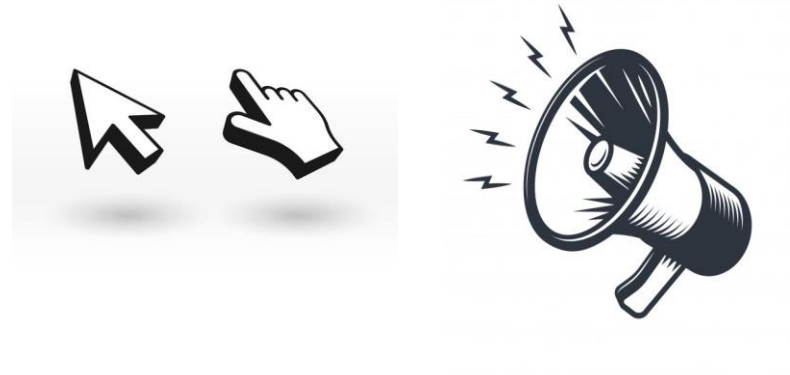


Llamamiento a la ACCIÓN

Acción, reacción

Directo

¿Cuál es tu mensaje para crear una llamada a la acción directa y con un mensaje claro?



Llamamiento a la ACCIÓN

El camino...

Cambio de estado

¿Qué llamadas a la acción de transición vas a crear para que tu cliente pase de un punto A al punto B?



Alcanzar el ÉXITO

Listas maestras ¿Cómo se va a sentir?

Anota unos diez cambios positivos que tu cliente va a experimentar si utiliza tu producto o servicio.



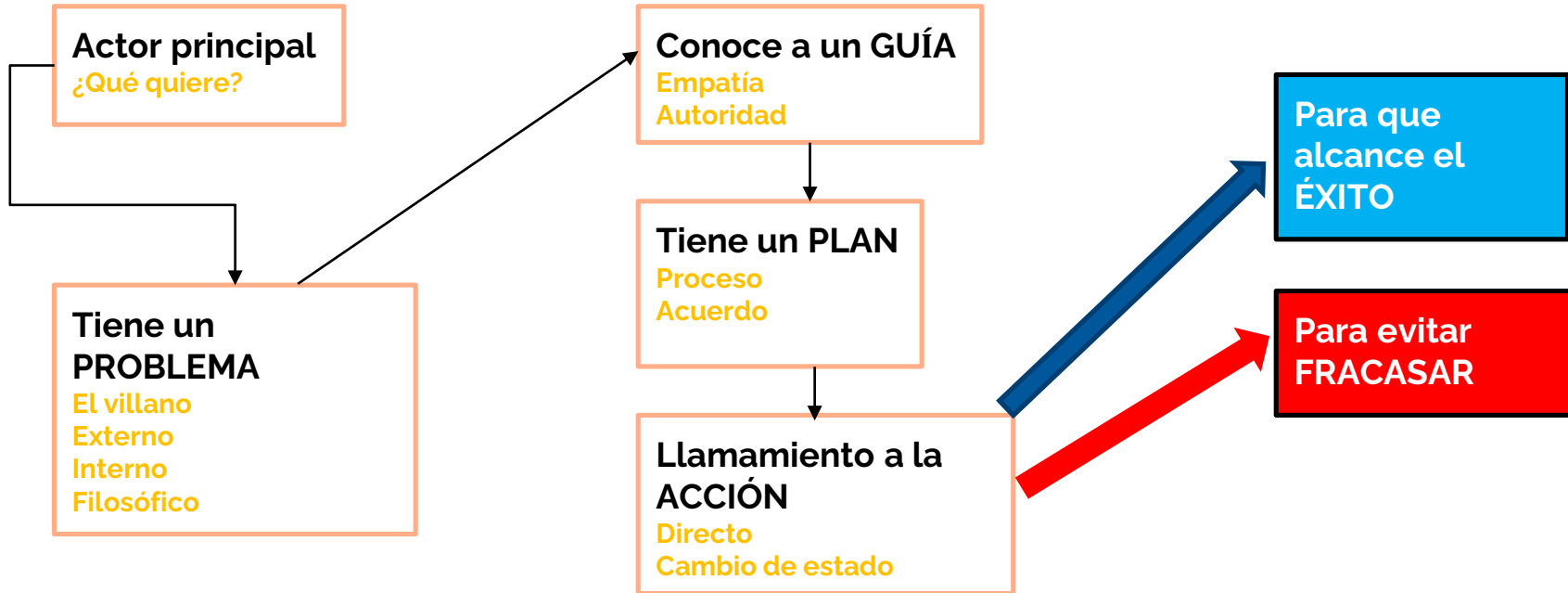
Evitar el FRACASO

Listas maestras Las consecuencias

Anota unas diez consecuencias negativas que tu cliente va a experimentar si no toma acción y no utiliza tu producto o servicio.



Crea tu GUION DE MARCA



Contesta a todas las preguntas y crea tu comunicación

CLIENTE:

¿Qué quiere?

Tiene un problema: ¿Cuál es la causa del problema?

Tiene un problema externo: ¿A qué problema hace frente en relación con tu producto o servicio?

Tiene un problema interno: ¿Cómo le hace sentir la causa del problema?

Tiene un problema filosófico: ¿Por qué se siente así de mal por este problema?

Conoce a un guía qué empatiza: ¿Qué le dirías para mostrar empatía y comprensión?

Conoce a un guía qué muestra autoridad: ¿Cómo puedes mostrar autoridad en tu sector?

Y le proporciona un plan: El proceso ¿podrías exponer algunos pasos para que el cliente realice un primer paso contigo?

Y le proporciona un plan: Acuerdo Enumera algunos acuerdos para derribar barreras limitantes.

Llamada a la acción: Directa. ¿Cómo de claro es tu mensaje?

Llamada a la acción: Cambio de estado. ¿Qué llamadas a la acción de transición puedes crear para que tu clienta pase de un punto A al punto B?



Evitar el fracaso: Las consecuencias.

Alcanzar el éxito: ¿Cómo se va a sentir?

Crea tu eslogan con los siguientes elementos:

PERSONAJE - PROBLEMA - PLAN - ÉXITO



¿Quieres que te acompañemos en este viaje?

Agenda una llamada o ven a visitarnos:

[+34 926 921 363](tel:+34926921363)

www.enovaic.es

hablamos@novaic.es

[Ronda del Carmen, 21 Local A, 13002 Ciudad Real](#)
