

Planificación para la Construcción de Ginkgo Devs



Fases del Proceso



Fase 1: Definición Profunda de la Identidad de Marca (1-2 semanas)

Objetivo: Tener claridad sobre quiénes son, qué representan y cómo desean posicionarse.



Fase 2: Validación de la Identidad con Pruebas y Experimentación (2-4 semanas)

Objetivo: Poner en práctica su identidad y ajustar lo que sea necesario según la respuesta del mercado.



Fase 3: Expansión y Posicionamiento Activo (Mes 2-3)

Objetivo: Consolidar su presencia en el mercado con estrategias de contenido y networking.



Fase 4: Crecimiento y Ajustes Estratégicos (Mes 4 en adelante)

Objetivo: Monitorear métricas, ajustar estrategias y consolidar la marca.



Fase 1: Definición Profunda de la Identidad de Marca



Metodología de Trabajo

1. **Trabajo Individual (1-2 días):** Cada uno responde por separado para asegurar una reflexión honesta y sin influencias.
2. **Puesta en Común (1 sesión de 1-2 horas):** Compartir respuestas, identificar coincidencias y diferencias, y construir una visión conjunta.
3. **Redacción del Documento Final (1 día más):** Sintetizar y redactar la versión definitiva.

1. Esencia de la Marca: Quiénes Somos y Por Qué Existimos

Reflexión sobre la Misión, Visión y Valores

- **Misión (Qué hacemos y por qué?)**
 - ¿Cuál es el propósito principal de Ginkgo Devs?
 - ¿Qué problema resolvemos en el mercado o en la vida de nuestros clientes?
 - ¿Cómo queremos que nuestro trabajo impacte a otros?
 - **Visión (Hacia dónde queremos ir?)**
 - ¿Cómo imaginamos a Ginkgo Devs en 5-10 años?
 - ¿Qué nos gustaría haber logrado?
 - ¿Cómo queremos ser recordados en la industria IT?
 - **Valores (En qué creemos y cómo actuamos?)**
 - ¿Qué principios guían nuestras decisiones y nuestra manera de trabajar?
 - ¿Qué actitudes o comportamientos son esenciales en nuestra marca?
-

2. Propuesta de Valor: Qué Nos Hace Diferentes

Ejercicio: Identificación de la Diferenciación

- ¿Por qué un cliente debería elegirnos a nosotros y no a otra agencia de desarrollo?
- ¿Qué hacemos mejor que la mayoría? (Ej. enfoque en UX, velocidad de entrega, innovación, metodología de trabajo, etc.)
- ¿Qué problema o necesidad específica resolvemos mejor que nadie?

Ejercicio: Golden Circle de Simon Sinek

1. **Why (Por qué hacemos lo que hacemos?)**
 - ¿Cuál es nuestra razón más profunda para existir?
 - Más allá del dinero, ¿qué nos motiva a construir esta empresa?
 2. **How (Cómo lo hacemos?)**
 - ¿Qué enfoque, metodología o filosofía de trabajo usamos para marcar la diferencia?
 - ¿Cómo es nuestra forma de trabajar con clientes y proyectos?
 3. **What (Qué hacemos?)**
 - ¿Qué servicios ofrecemos concretamente?
 - ¿Nos enfocamos en desarrollo web, UX/UI, software a medida, algo más?
-

3. Personalidad de Marca: Cómo Nos Comunicamos y Nos Expresamos

🌟 Ejercicio: Definir la Personalidad de Ginkgo Devs

- Si Ginkgo Devs fuera una persona, ¿cómo la describirían en 3-5 adjetivos? (Ej. profesional, accesible, innovador, técnico, amigable, minimalista, visionario, etc.)
- ¿Qué tipo de voz y tono queremos usar en nuestra comunicación?
 - Formal vs. Informal
 - Técnica vs. Simple
 - Seria vs. Divertida
 - Inspiradora vs. Directa



Ejercicio: Creación de una "Tarjeta de Identidad de Marca"

- **Nombre de la marca:** Ginkgo Devs
 - **Descripción corta (1-2 líneas):**
 - **Palabras clave que definen la marca:**
 - **Ejemplo de cómo hablaría Ginkgo Devs en redes o con clientes (frases típicas):**
-



Siguientes Pasos

1. **Reflexión Individual:** Cada uno responde por separado.
2. **Discusión en Equipo:** Juntarse para compartir respuestas y construir una versión final.
3. **Redacción del Documento Final:** Sintetizar las ideas y documentar la identidad de la marca.



Una vez completada esta fase, podemos avanzar con la Fase 2: **Validación y Experimentación**.



¿Listos para empezar?