

1

R

Marca

¿Qué entiendo de la marca?

-Una frase sobre su personalidad real.

-Una oportunidad o un “problema” que creo que tiene .

(Ej: “La gente la ve seria → oportunidad: humanizarla”.)

R

1

2

Target

-¿Quién usa la marca?

-¿Y quién está realmente en este medio?

-Qué relación tienen con el tono asignado.

2

3

Insight

Completa una de estas:

-“A ”esta gente le pasa que...

-“Nadie lo dice, pero todos...

-“Cuando usan esta marca sienten que...

3

4

X

Problema

El reto que detecto.

-¿Qué fricción, tensión o oportunidad he encontrado?

(Ej: “La marca es muy formal, pero el target en TikTok no lo es”.)

X

4

5

Regla

- Qué limita

- Qué obliga

- Qué posibilidad abre

5

6

Idea

Tu idea en una frase.

No el guion. No los visuales. La idea pura.

6

