



# ¿CUÁL ES NUESTRO PROpósito?

**INNOVA** existe para romper con lo tradicional y empoderar a una comunidad global.

A través de herramientas digitales prácticas, **INNOVA** ayuda a sus usuarios a transformar lo complicado en algo sencillo y les brinda la posibilidad de estar siempre “**IN**” en su propio desarrollo personal y financiero.



# MISIÓN

Transformar lo complicado en sencillo, brindando un entorno donde estar "**IN**" es la norma y el desarrollo personal es el *motor del éxito*. Proveemos herramientas audaces e innovadoras que convierten ideas en realidades, impulsando a las personas a redefinir sus vidas y el mundo que los rodea.

# VISIÓN

Ser el movimiento donde lo disruptivo es la regla y la **fuerza impulsora** detrás de una nueva era de emprendedores que no solo **transforman sus vidas**, sino que también redefinen las reglas del juego donde cada uno se atreve a estar "IN"

**I'M INN**

Impulsados por un éxito que **no conoce límites**.



# STAY INN

*"El éxito no es una coincidencia, es una consecuencia"*



# EN INNOVA SOMOS

## *Disruptiva:*

*No seguimos las reglas, las reinventamos.*

Rompemos las expectativas para que tú puedas crear un nuevo camino hacia el éxito.

## *Comunidad:*

*Somos una comunidad de rebeldes y creadores.*

Juntos, desafiamos lo establecido y construimos un futuro que realmente importa.

## *Creativa:*

*La creatividad es nuestra esencia.*

Transformamos ideas convencionales en soluciones audaces y originales.

## *Desarrollo personal:*

*Encendemos un crecimiento que desafía lo imposible,*

Impulsando una mejora constante en cada paso del viaje.

## *Audaz:*

*Ser valiente es nuestra norma.*

Te motivamos y brindamos lo necesario para tomar riesgos y desafiar lo que se espera para alcanzar lo extraordinario.

# ARQUETIPO

CREADOR + REBELDE

## CREADOR

INNOVA representa al **Creador** al ofrecer un portafolio de servicios que permite a las personas **diseñar su propio camino hacia el éxito**. Inspiramos a nuestra comunidad a construir algo nuevo y significativo con las herramientas que les proporcionamos.

Este arquetipo se refleja en nuestra constante búsqueda de **innovación y creatividad**, facilitando el **crecimiento personal y financiero** de nuestros usuarios.

## REBELDE

INNOVA encarna al **Rebelde** desafiando las **normas del network marketing** tradicional. Existimos para romper con lo convencional y ofrecer una alternativa que da a los usuarios la libertad de **redefinir su éxito**.

Este arquetipo se refleja en nuestra **actitud audaz y disruptiva**, siempre cuestionando lo establecido y proponiendo soluciones que desafían el **status quo**.

CREADOR

# CREADOR

El arquetipo del Creador se manifiesta en un tono inspirador y visionario.

Queremos que nuestros usuarios sientan que están creando algo significativo con cada acción que toman dentro de INNOVA.

"Diseña tu propio camino hacia el éxito"

"Construye un futuro que refleje tus sueños".

Se expresa a través de imágenes que muestran momentos de creación y transformación personal.



# **REBELDE**

En nuestras comunicaciones, el arquetipo del Rebelde en INNOVA se expresa a través de un tono audaz y directo.

Desafiamos las expectativas y animamos a nuestra comunidad a hacer lo mismo.

"Rompe con lo convencional y redefine tu éxito"

"Atrévete a desafiar las normas y liderar tu propio camino"

Se expresa en imágenes impactantes que representan el desafío a lo establecido



**innova**

# ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

## *Conexiones emocionales:*

*Hacer que los usuarios vean a INNOVA como un aliado en su transformación personal.*

## *Inspirar Acción:*

*Motivar a los usuarios a tomar el control de su futuro con llamados a la acción claros.*

## *Consistencia de marca:*

*Mantener un tono coherente, disruptivo y creativo en todos los canales de comunicación.*

Nuestra comunicación no es simplemente informativa; es una herramienta poderosa para inspirar, motivar y empoderar a nuestros usuarios.

Alineada con los arquetipos de Creador y Rebelde, la estrategia busca desafiar las normas establecidas y conectar emocionalmente con una audiencia global que busca crecimiento personal y éxito financiero.

IPMINN



# SIMBOLO DEL INFINITO

INNOVA



- *El símbolo del infinito es el núcleo visual de INNOVA*
- *Representa nuestras infinitas posibilidades y el crecimiento continuo de nuestra comunidad.*
- *Es el emblema que conecta a nuestros usuarios con la promesa de INNOVA:*  
*Una vida sin límites.*

**IDENTIDAD  
VISUAL**

**LOGO Y USO  
CORRECTO**

INNOVA



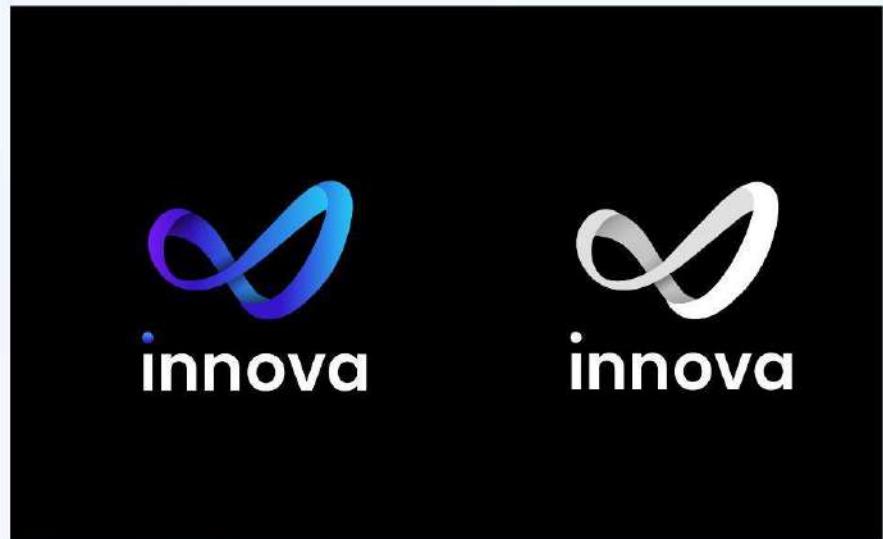
**innova**

*El logo de INNOVA es un elemento esencial de nuestra identidad visual*

*El símbolo del infinito que incorpora refleja las infinitas posibilidades y el crecimiento continuo que ofrecemos a nuestros usuarios.*

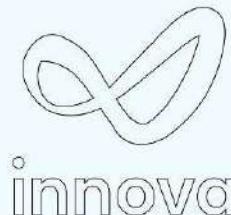
# **USO CORRECTO**

Usar el logo en su forma completa, con el símbolo del infinito bien integrado, en presentaciones y materiales de marketing.



# **USO INCORRECTO**

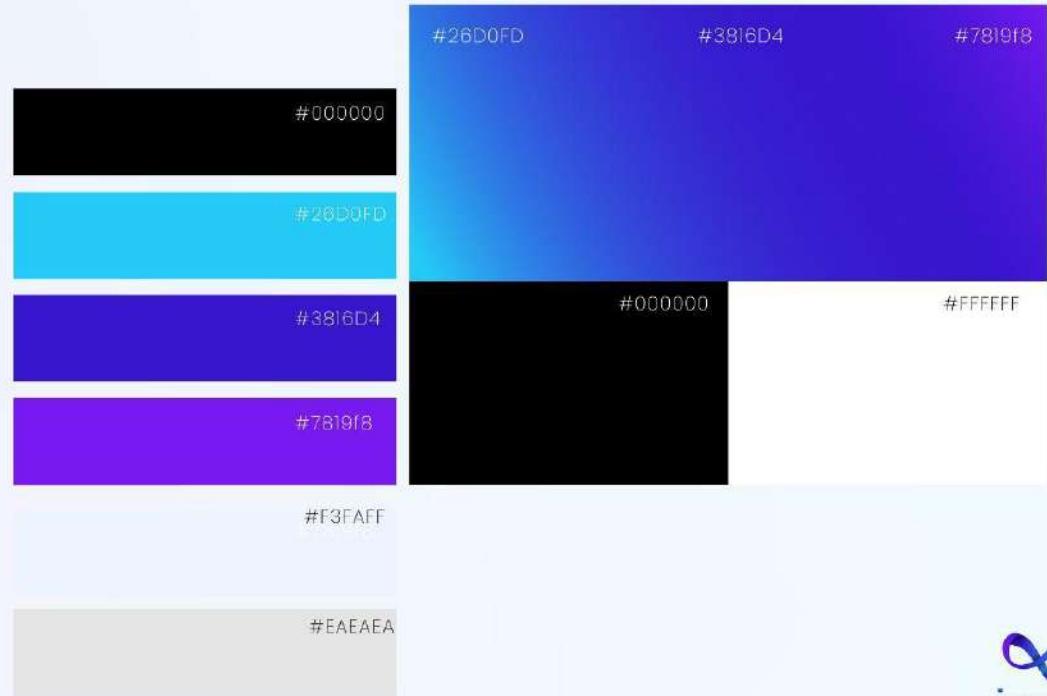
No distorsionar el logo ni modificar sus colores fuera de la paleta aprobada. Evitar superposiciones con fondos de colores fuertes que puedan dificultar su lectura.



# PALETA DE COLORES

La paleta de colores de INNOVA está diseñada para transmitir confianza, creatividad y audacia. Esta paleta debe aplicarse de manera coherente en todos los materiales de comunicación.

Esto ayuda a mantener la coherencia visual en todos los puntos de contacto con la marca.





#7819f8

El degradado en tonos azules y un pequeño toque morado es el corazón de nuestra identidad visual. Esta suave transición entre colores no solo aporta un toque estético y moderno, sino que también transmite una serie de valores fundamentales para nuestra marca. El azul, asociado a la confianza y la estabilidad, combinado con el morado, que evoca creatividad y sabiduría, crea una sensación de equilibrio y armonía. Además, el degradado aporta un toque futurista y vanguardista, posicionándonos como una empresa innovadora y en constante evolución. Al utilizar este elemento en todos nuestros materiales de comunicación, creamos una experiencia de marca coherente y memorable.



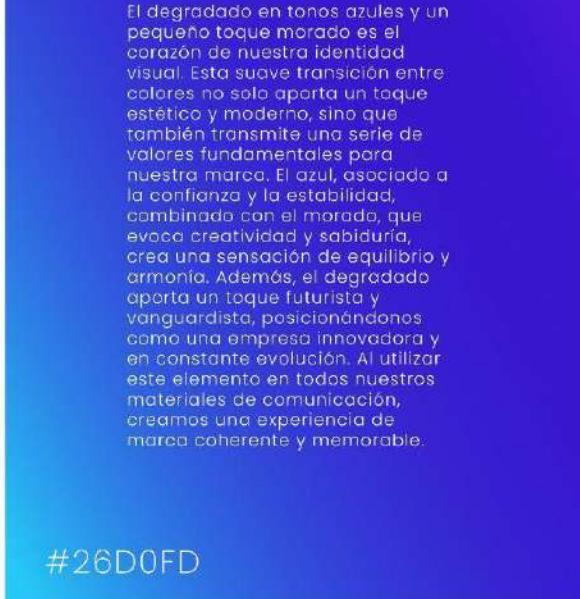
#000000

El color negro es mucho más que una simple tonalidad. Representa un universo de emociones y significados. Su elegancia atemporal, su sofisticación innata y su capacidad para transmitir seriedad lo convierten en una elección clásica en el diseño y la moda. Además, su versatilidad le permite adaptarse a cualquier estilo y crear contrastes visuales impactantes.



#FFFFFF

El color blanco es el corazón de nuestra identidad visual. Simboliza la pureza de nuestros productos, la claridad de nuestra misión y la elegancia de nuestra marca. Al utilizarlo como fondo principal, creamos un lienzo en blanco que permite que nuestros elementos gráficos resalten y sean fácilmente reconocibles. Además, el blanco aporta una sensación de amplitud y luminosidad, transmitiendo una imagen de frescura y modernidad. Combinado con [otros colores], el blanco crea contrastes llamativos que refuerzan nuestra identidad visual y nos permiten adaptarnos a diferentes aplicaciones.



#26D0FD

# **TIPOGRAFIAS**

*La tipografía utilizada en INNOVA debe ser clara y moderna, alineada con el enfoque disruptivo y accesible de la marca.*

*La tipografía principal se utilizará para títulos y subtítulos, mientras que una secundaria se usará para el cuerpo de texto, asegurando legibilidad y consistencia en todos los medios.*

## **Visby sans serif**

Family font

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm  
NnÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz  
1234567890

## **Poppins**

Family font

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm  
NnÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz  
1234567890

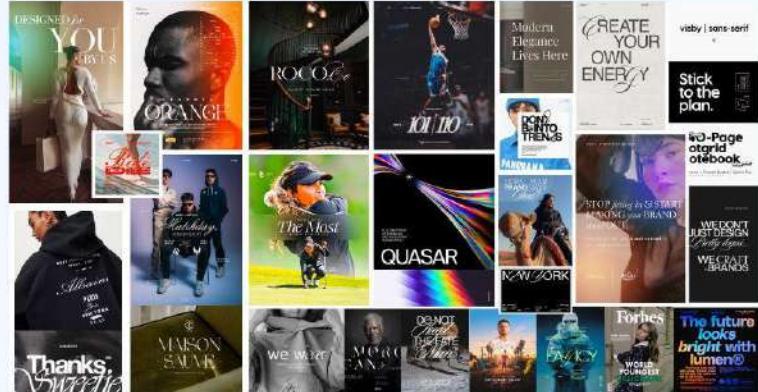
## *Visby sans serif*

Family font

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMm  
NnÑñOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz

# ELEMENTOS

Los elementos gráficos, como iconografía e ilustraciones, deben ser consistentes y alineados con la identidad visual de INNOVA. Es importante proporcionar ejemplos específicos de cómo estos elementos deben usarse para complementar el contenido sin distraer de los mensajes principales.



# FOTOGRAFIAS LIFESTYLE

Comunicación de líderes/influencers experiencias, logros/metas, sueños cumplidos, cambios de vida, éxito económico, emprendimiento exitoso, efectividad operativa.

## Luxury lifestyle

Búsqueda de exclusividad, comodidad y experiencias personalizadas. Incluye productos y servicios de alta calidad, a menudo hechos a medida, que destacan por su sofisticación y atención al detalle.



## Superación personal

Mostrar el resultado del esfuerzo y el trabajo en equipo.

## Trabajo duro

Mostrar el proceso del esfuerzo y el trabajo en equipo, cambio de vida al demostrar el progreso de personas y su éxito económico.

## Acceso VIP al demostrar

Los lugares y experiencias que pocos pueden tener acceso.

## Progreso en pareja

Al demostrar que sus relaciones no solo tienen en cuenta lo emocional sino también el progreso económico, con una vida de pareja deseable.

## Fotografía semiprofesional

Las fotografías de buena calidad pensada para contenido orgánico, i-phone

# I'M INN

## COMPOSICIÓN MOODBOARD

### Luxury change of life

Se busca reforzar el mensaje de cambio de vida a través de la mezcla de fuentes tipo sans con fuentes tipo script.

La vida de lujo expresada de manera conceptual con fuentes script ultradelgadas y manuscritas que dotan a los personajes con un aire de exclusividad y elegancia.



La integración de gradients con resaltos de color rgb, para conectar visualmente con el logo y captar atención

Composiciones minimalistas con buen uso del espacio negativo y aplicación de parámetros de diseño bauhaus., predominando las fotografías en contenedores, limpios, dándole espacio al contexto.

# I'M INN

## COMPOSICIÓN MOODBOARD

Crea tu propio éxito

Reforzar el mensaje del éxito y la prosperidad económica a través del esfuerzo propio y el entrenamiento en tendencias digitales

La vida deseable y sueños a cumplir expresados de manera conceptual con escenarios donde los personajes principales se rodean de elementos de su propia creación que alteran su realidad de forma positiva.



Imágenes de IA - backgrounds surrealistas, integrados con los espacios y lugares reales, generando una atmósfera onírica reforzando el mensaje de crear la propia realidad

Textos dinámicos y adaptables se busca integrar estilos de fuentes que doten de verosimilitud y dramatismos a los mensajes.

# KV

**CREA TU PROPIO EXITO**



# KV

**CREA TU PROPIO EXITO**



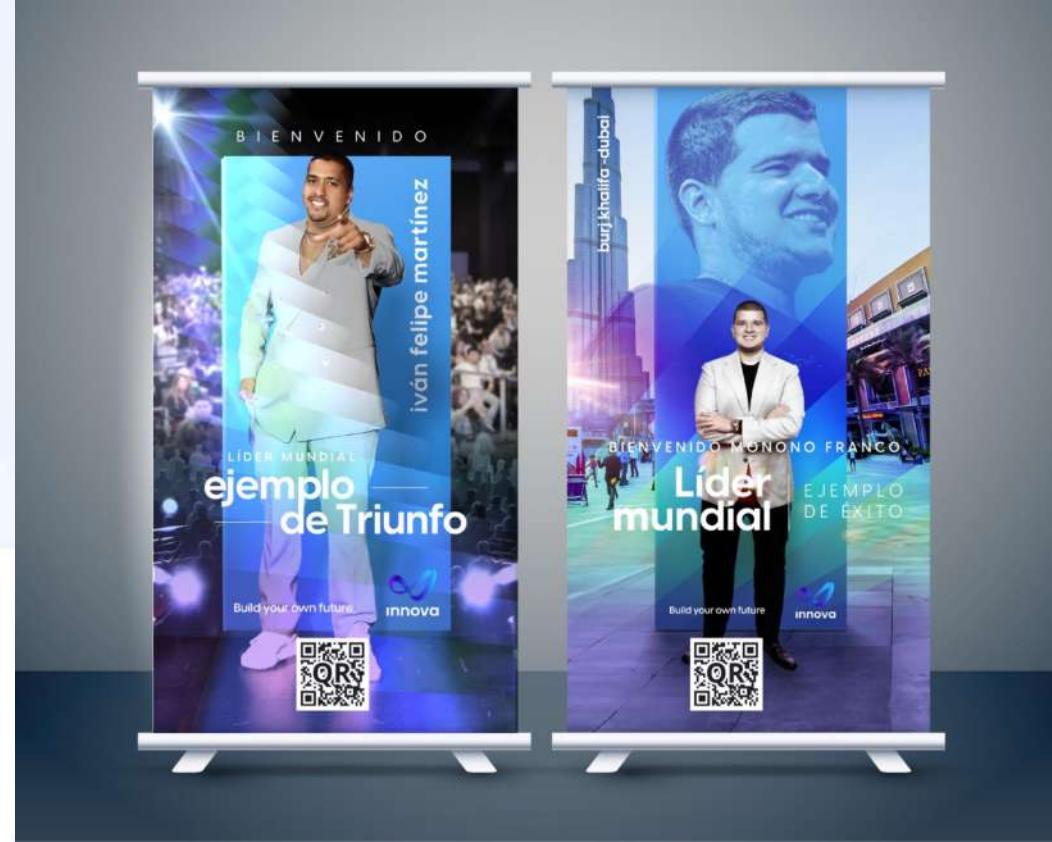
# KV

CREA TU PROPIO EXITO



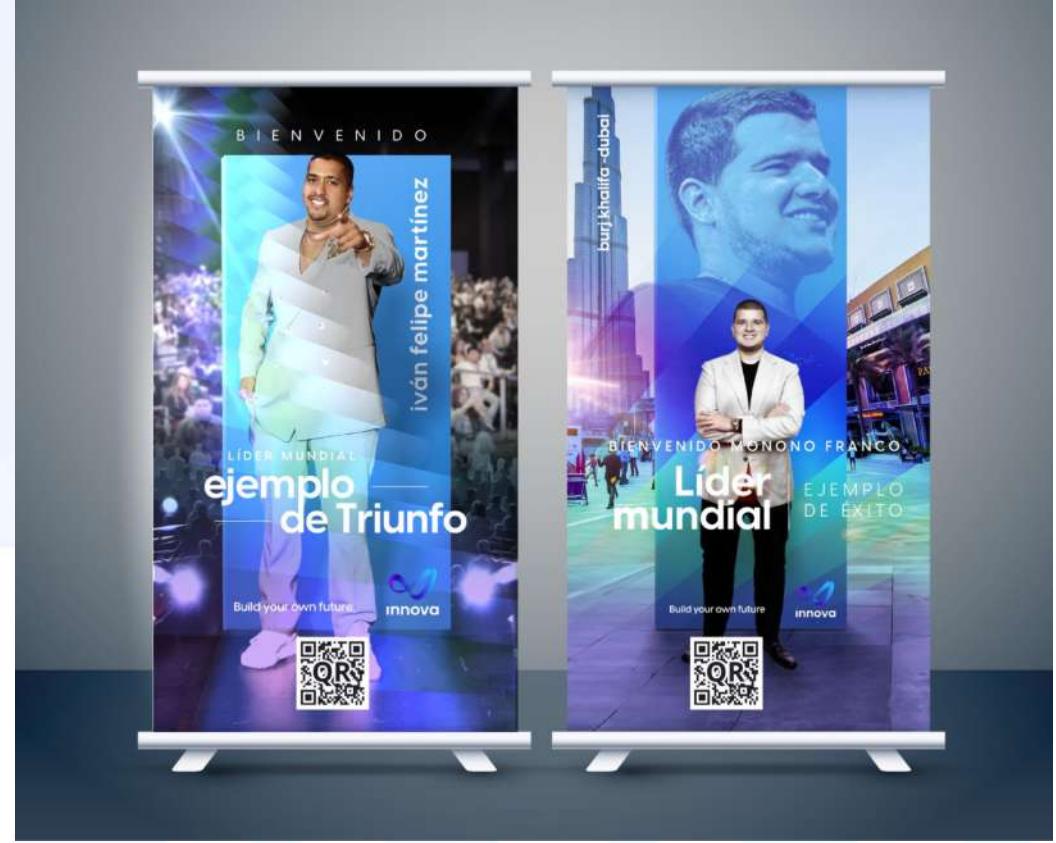
# KV

**CREA TU PROPIO EXITO**



# KV

**CREA TU PROPIO EXITO**



# KV

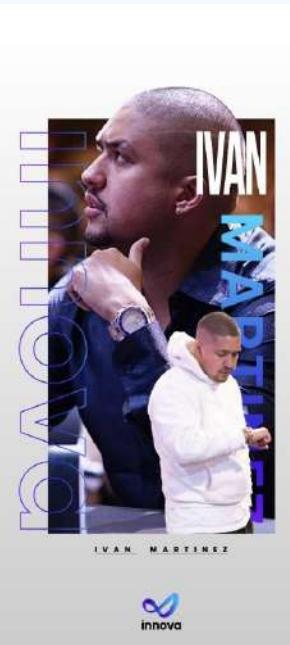
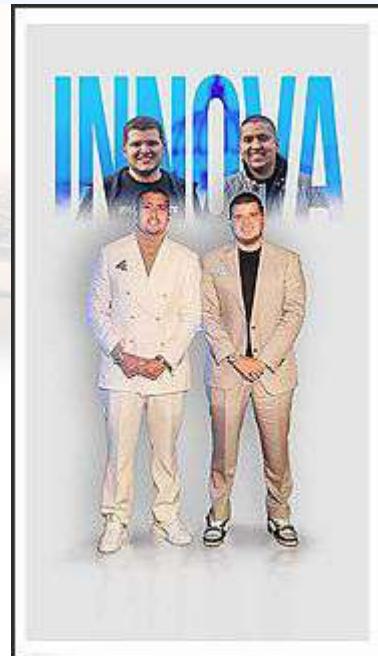
CHANGE OF LIFE



# KV

CHANGE OF LIFE





# TONO DE VOZ

## **Audaz y cercano:**

*Somos accesibles, directos, empoderadores y cercanos.*

*Hablamos a nuestra audiencia como iguales, brindándoles claridad y apoyo mientras los motivamos a desafiar sus límites. Es fundamental que nuestras comunicaciones reflejen nuestra personalidad disruptiva y creativa.*

## **Inspirador:**

*Inspiramos a la acción, no somos solo motivadores, somos el motor que impulsa al cambio. Nuestras palabras deben reflejar una energía transformadora.*



# APLICACIÓN TONO DE VOZ

MENSAJERIA

*Los mensajes de INNOVA deben enfocarse en la disruptión, el crecimiento personal y el impacto financiero que ofrece.*

*Deben ser consistentes en todos los medios para construir una imagen coherente de la marca.*



# TONO DE VOZ

*¿Listo para transformar tu vida? Con INNOVA, puedes construir un futuro exitoso mientras aprendes y creces en nuestra comunidad global.*

*"Con INNOVA, el futuro es lo que tú construyes. Únete a nuestra próxima sesión y descubre las herramientas que te ayudarán a lograrlo."*

*"Atrévete a desafiar las reglas con INNOVA. Rompe las barreras y crea tu propio camino hacia el éxito."*

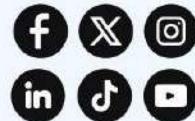
*"INNOVA: Redefiniendo el network marketing a través de herramientas disruptivas y una comunidad que siempre está 'IN'."*

*"En INNOVA, cada paso es un avance hacia tus metas. Únete a nosotros y comienza tu transformación personal con nuestras herramientas prácticas y comunidad global."*



# CA NA LES

REDES  
SOCIALES



E-MAIL



SITIO WEB



MENSAJERÍA  
INSTANTÁNEA:



COMUNIDAD DE  
COMERCIALIZADORES



SERVICIO  
AL CLIENTE



# REDES SOCIALES

INSTAGRAM,  
TIK TOK,  
LINKEDIN.  
YOUTUBE  
MEDIUM

## INSTAGRAM

**Role:**  
*Inspirar visualmente y conectar emocionalmente con la comunidad, mostrando historias de transformación y logros que reflejan el espíritu disruptivo de INNOVA.*

**Objetivo:**  
*Generar engagement emocional y atraer nuevos usuarios mediante contenido visual poderoso que inspire a la acción y refuerce la identidad de INNOVA.*

## TIKTOK

**Role:**  
*Educar de manera creativa y entretenida, simplificando conceptos complejos en videos cortos y dinámicos que capturan la atención de una audiencia joven y diversa.*

**Objetivo:**  
*Alcanzar a una audiencia joven y diversa, simplificando conceptos complejos a través de contenido corto y creativo que fomente la viralidad.*

## LINKEDIN

**Role:**  
*Posicionar a INNOVA como un líder innovador en el ámbito profesional, compartiendo contenido estratégico y destacando logros corporativos.*

**Objetivo:**  
*Posicionar a INNOVA como un líder en innovación y crecimiento personal en el ámbito profesional, atrayendo a líderes de opinión y profesionales de alto nivel.*

## YOUTUBE

**Role:**  
*Ser el canal de inspiración profunda y educación visual, donde INNOVA guía a los usuarios con contenido que motiva y enseña, creando un impacto duradero.*

**Objetivo:**  
*Aumentar el conocimiento de la marca, proporcionar valor educativo y motivacional, y construir una comunidad comprometida que regrese por más contenido.*

## MEDIUM

**Role:**  
*Profundizar en ideas y filosofías, proporcionando contenido editorial de valor que explore temas de desarrollo personal y transformación profesional.*

**Objetivo:**  
*Publicar contenido reflexivo y de valor que posicione a INNOVA como una voz influyente en temas de crecimiento personal y profesional.*



# SITIO WEB Y CORREO ELECTRÓNICO

## WEB

### Rol:

*Actuar como el centro de operaciones de la marca, guiando a los usuarios desde la exploración hasta la conversión, proporcionando acceso a herramientas y recursos.*

### Objetivo:

*Convertir a visitantes en usuarios activos y proporcionar acceso a las herramientas, recursos y comunidad de INNOVA.*

## E- MAIL

### Rol:

*Mantener una conexión cercana y personalizada con los usuarios, guiándolos y ofreciéndoles contenido exclusivo en cada etapa de su viaje con INNOVA.*

### Objetivo:

*Fomentar la lealtad y el compromiso a largo plazo, manteniendo a los usuarios informados y motivados para mejorar su experiencia en la plataforma.*

# MENSAJERÍA INSTANTÁNEA:

WHATS APP  
TELEGRAM

## WHATS APP

*Role:*  
*Mantener a los usuarios comprometidos y apoyados con respuestas rápidas y contenido relevante.*

*Objetivo:*  
*Fomentar la comunicación rápida y personalizada, ofreciendo soporte inmediato y contenido exclusivo para mantener el compromiso del usuario.*

## TELEGRAM

*Role:*  
*Crear y nutrir una comunidad participativa, ofreciendo contenido exclusivo y manteniendo la conversación activa*

*Objetivo: Mantener a los usuarios siempre conectados e informados con actualizaciones clave y contenido en tiempo real.*

# SERVICIO AL CLIENTE Y COMERCIALIZADORES:

## SERVICIO AL CLIENTE

### Rot:

*Ser un aliado confiable y eficiente, resolviendo problemas rápidamente y apoyando a los usuarios en su camino hacia el éxito.*

### Objetivo:

*Brindar una experiencia de soporte excepcional que refuerce la confianza y lealtad de los usuarios hacia la marca.*

## COMERCIALIZADORES

### Rot:

*Proporcionar educación, recursos y motivación continua a los comercializadores para impulsar su éxito en el network marketing.*

### Objetivo:

*Construir una comunidad sólida de líderes que promuevan la marca, maximicen su rendimiento y fortalezcan la red de INNOVA.*

# MENSAJERIA

## MOTIVACIONAL:

"El éxito no se trata de seguir el camino marcado, se trata de crear el tuyo. Con INNOVA, tienes las herramientas para romper las reglas y construir tu propio futuro.

*No sigas, lidera."*

## VALOR:

"¿Cansado de lo complejo? Con INNOVA, cada herramienta está diseñada para simplificar y empoderar.

*Porque cuando lo complicado se hace simple, el poder está en tus manos."*

## DECISIÓN:

"El éxito no espera, y tú tampoco deberías.

Con INNOVA, estar 'IN' significa que estás listo para transformar tu vida, hoy.

*Descubre cómo nuestra comunidad global está liderando el cambio."*

## DISRUPTIVO:

"En INNOVA, no sólo redefinimos el network marketing, redefinimos lo que es posible.

*Conéctate, crece y gana en un movimiento que rompe las normas y abre nuevas posibilidades."*

## CURIOSIDAD:

"No más de lo mismo. INNOVA es diferente porque tú eres diferente. Te ofrecemos las herramientas para crear, crecer y cambiar el juego.

*¿Estás listo para hacer las cosas a tu manera?"*

I'M INN



# APLICACIÓN TONO DE VOZ

**REDES SOCIALES**

*Usar imágenes y videos que reflejan la energía transformadora de INNOVA.*

*Cada post debe incluir un llamado a la acción claro que motive a los usuarios a participar activamente en la comunidad.*





# **ANUNCIOS IMPRESOS Y DIGITALES**

 VIVAELNETWORKING

**BFH**

*El diseño de los anuncios debe ser visualmente impactante, con un enfoque en la simplicidad y el poder de la plataforma.*

*Los mensajes deben ser directos y motivadores.*

# PRESENTACIONES CORPORATIVAS

*El tono debe ser audaz y directo, destacando la autoridad de INNOVA en la industria del network marketing. Es importante usar gráficos y estadísticas que respalden los beneficios de la plataforma y mostrar casos de éxito tangibles.*

## INTRODUCCIÓN:

### BIENVENIDO A INNOVA

"INNOVA no es solo una plataforma. Es el movimiento que desafía las normas del network marketing, proporcionando herramientas poderosas que te permiten crear tu propio éxito.

*Estás aquí para liderar el cambio. Bienvenido a INNOVA.*

## PRODUCTO

### REDEFINIENDO EL ÉXITO A ESCALA GLOBAL

INNOVA ha conectado a más de [X] personas en todo el mundo, empoderándolas para desafiar lo establecido y redefinir su éxito. Nuestro impacto no tiene fronteras, porque estar 'IN' significa estar en el movimiento que cambia vidas globalmente.

## IMPACTO:

### SIMPLICIDAD POTENTE

Transformamos lo complicado en simple, y lo simple en poderoso. Con nuestra plataforma, aprender, crecer y ganar se convierten en un proceso fluido, diseñado para que tú siempre estés un paso adelante.

## BENEFICIOS:

### REDEFINIENDO EL ÉXITO A ESCALA GLOBAL

INNOVA ha conectado a más de [X] personas en todo el mundo, empoderándolas para desafiar lo establecido y redefinir su éxito. Nuestro impacto no tiene fronteras, porque estar 'IN' significa estar en el movimiento que cambia vidas globalmente.

## CIERRE:

### REDEFINIENDO EL ÉXITO A ESCALA GLOBAL

INNOVA ha conectado a más de [X] personas en todo el mundo, empoderándolas para desafiar lo establecido y redefinir su éxito.

*Nuestro impacto no tiene fronteras, porque estar 'IN' significa estar en el movimiento que cambia vidas globalmente.*

# TONO DE VOZ

## SITIO WEB



*Debe reflejar profesionalismo, accesibilidad, y un enfoque en el crecimiento personal.*

*Las secciones de producto y blog deben explicar claramente los beneficios de la plataforma y proporcionar ejemplos concretos de cómo ha transformado la vida de otros usuarios.*

*Es crucial incluir llamados a la acción visibles y formularios de inscripción fáciles de completar.*

# TONO DE VOZ



## INICIO:

### ROMPE BARRERAS, CREA TU ÉXITO

Con INNOVA, el éxito no sigue reglas, lo creas tú. Accede a herramientas disruptivas que te permiten avanzar más rápido, de manera más inteligente.

Estás aquí para liderar.

¡Únete ahora!

## PRODUCTO:

### SIMPLIFICAMOS TU CAMINO AL ÉXITO

Desde trading hasta marketing digital, INNOVA hace que lo complicado sea sencillo.

Aprende, crece y gana con una plataforma diseñada para hacerte avanzar.

Descubre más.

## BLOG:

### TRANSFORMA TU POTENCIAL

En INNOVA, el éxito no se sigue, se crea.

Explora cómo estamos rompiendo las normas del network marketing y ayudando a miles a alcanzar nuevas alturas.

Leer más.

## TESTIMONIOS:

### VIDAS TRANSFORMADAS CON INNOVA

Nuestra comunidad no solo alcanza sus metas, las supera.

Descubre cómo INNOVA ha ayudado a cambiar el rumbo de miles de vidas. Lee sus historias.

## CONTACTO:

### TRANSFORMA TU POTENCIAL EL FUTURO COMIENZA AQUÍ

No esperes a que el éxito llegue a ti. Toma el control con INNOVA.

Solicita información ahora y empieza a crear el futuro que mereces.

# TONO DE VOZ

## CORREOS ELECTRÓNICOS

INNOVA



*Los correos electrónicos de INNOVA deben ser personalizados y diseñados para fomentar la acción. El tono debe ser cercano y motivador, destacando los beneficios directos para el usuario. Es importante incluir un CTA claro en cada correo.*

# TONO DE VOZ

## NEWSLETTER:

\*Lo mejor de INNOVA este mes: Nuevas herramientas y historias de éxito.\*

Este mes en INNOVA, hemos lanzado nuevas funciones que te ayudarán a crecer más rápido.

Descubre cómo puedes aprovechar nuestras últimas herramientas y únete a una comunidad que nunca deja de avanzar.

## NUEVOS USUARIOS:

Bienvenido a INNOVA: Es hora de transformar tu futuro.\*

Estamos emocionados de tenerte con nosotros. INNOVA te ofrece todo lo que necesitas para crecer y tener éxito.

Comienza hoy accediendo a nuestras herramientas y únete a una comunidad global que siempre está 'IN'.

## EDUCATIVO:

\*Descubre cómo INNOVA puede transformar tu forma de aprender y ganar\*

En INNOVA, no sólo te damos las herramientas, te mostramos cómo usarlas para crear tu propio éxito.

Desde trading avanzado hasta estrategias de marketing digital, cada sesión está diseñada para impulsarte hacia adelante. Estás a un clic de descubrir todo tu potencial. Accede ahora a nuestras guías y comienza tu transformación.

## PRODUCTO:

\*Nuevas herramientas en INNOVA para maximizar tu crecimiento\*

Innovando infinitamente. Hemos actualizado nuestra plataforma con nuevas herramientas diseñadas para hacer tu camino hacia el éxito aún más efectivo.

Desde indicadores de trading hasta análisis avanzados de mercado, lo que necesitas para dar el siguiente paso está aquí. Accede a tu cuenta y descubre lo nuevo.

## RECORDATORIO:

\*Mantén el ritmo: Es hora de renovar tu impulso en INNOVA\*

Tu viaje con INNOVA no se detiene aquí.

Estás construyendo algo grande, y estamos aquí para asegurarnos de que sigas avanzando. Es hora de renovar tu membresía y mantener el impulso hacia el éxito. No dejes que este momento se detenga.

Renueva ahora y continúa liderando tu camino.

# STAY INN

*"La grandeza nace de  
pequeños comienzos"*

# ¿A QUIÉN HABLAMOS?

*Nuestra audiencia es diversa, pero todos tienen algo en común: el deseo de superarse.*

*Desde aquellos que buscan una nueva oportunidad de ingresos, hasta los que quieren mejorar su desarrollo personal y ser parte de una comunidad que desafía lo convencional.*

# **PERFIL DE CLIENTE IDEAL**

*"Crea tu propia realidad"*



# **PERFIL DE CLIENTE IDEAL # 1**

**INCONSCIENTE**

## DAVID HERNÁNDEZ

Atrapado en un sistema restrictivo, busca activamente formas de romper con lo convencional y establecer nuevas normas.

**Cargo:** Gerente de innovación en una empresa tecnológica

**Edad:** 38 años

**Género:** Masculino

### PERFIL PERSONAL

#### Películas favoritas:

Fight Club  
The Matrix  
Steve Jobs  
Inception

#### Libros favoritos:

Zero to One de Peter Thiel  
Creativity, Inc. de Ed Catmull  
"Rebel Without a Crew"  
de Robert Rodríguez.

#### Sitios web más visitados:

TechCrunch  
Wired  
LinkedIn

#### Influenciadores de RRSS:

Elon Musk  
Tim Ferriss  
Richard Branson

### PSICOGRAFÍA

#### Rasgos de personalidad:

Innovador  
Perfeccionista  
Ambicioso  
Análtico

#### Valores:

Autonomía  
Libertad  
Crecimiento  
Desafío

#### Intereses:

Tecnología disruptiva  
Startups  
Inversiones  
Ciencia ficción



# DAVID HERNÁNDEZ

## PERFIL DE DOLOR

### Gran miedo secreto:

Quedarse atrapado en un sistema que limita su capacidad de innovar y ser verdaderamente disruptivo.

### Gran queja de la solución existente:

Las herramientas y estrategias actuales están diseñadas para mantener el status quo, no para romperlo.

### Principales puntos de dolor:

Falta de oportunidades para implementar ideas disruptivas.  
Restricciones de un sistema corporativo tradicional.  
Frustración con procesos burocráticos que limitan la agilidad.  
Desconexión entre sus aspiraciones y las limitaciones del mercado.

## PERFIL DE DESEO

### Gran deseo secreto:

Crear un impacto duradero en su industria al implementar ideas que desafíen el status quo.

### Estilo de vida soñado:

Trabajar en un entorno libre de restricciones, donde pueda innovar sin límites y liderar un movimiento de cambio.

### Principales deseos:

Innovar sin restricciones.  
Ser reconocido como un líder disruptivo en su campo.  
Transformar industrias con sus ideas.  
Romper con las normas establecidas.  
Empoderar a otros a desafiar el status quo.

## EMOCIONES Y SENTIMIENTOS

**1. Frustración por las limitaciones**

**2. Ansiedad por el futuro**

**3. Deseo de rebelarse contra el sistema**

**4. Ambición por innovar**

**5. Determinación por dejar un legado**

## DAVID HERNÁNDEZ

### CREENCIAS

"Las reglas están hechas para romperse."  
"La verdadera innovación es disruptiva."  
"El futuro pertenece a los inconformistas."  
"El crecimiento personal y profesional no tiene límites."  
"La burocracia mata la creatividad."

### COMPORTAMIENTO DE COMpra

Principales ganchos para la toma de una decisión:

1. Soluciones que permiten desafiar las normas.
2. Testimonios de éxito de personas innovadoras y disruptivos.
3. Promesas de libertad creativa y autonomía.

### PERFIL TRIDIMENSIONAL

### DESEOS

#### QUIERE GANAR

Autonomía para crear e innovar.

#### QUIERE SER

Reconocido como un líder disruptivo en su industria.

#### QUIERE HACER

Romper con las normas y establecer nuevas reglas.

#### ¿QUÉ PIENSA?

Un mercado saturado de ideas convencionales y restricciones corporativas.

#### ¿QUÉ ESCUCHA?

"¿Cómo puedo desafiar esto y hacer algo realmente significativo?"

#### ¿QUÉ SIENTE?

Frustración por las limitaciones y ansiedad por el futuro, pero también una determinación ardiente de cambiar las cosas.

#### ¿QUÉ DICE?

"Necesitamos hacer algo diferente, algo que nadie más se atrevería a hacer."

#### ¿QUÉ HACE?

Explora nuevas ideas, prueba enfoques radicales y busca formas de romper con las normas tradicionales.

#### QUIERE AHORRAR

Tiempo en procesos inefficientes y lanzamientos fallidos.

#### QUIERE EVITAR

Quedarse atrapado en un sistema que limita su capacidad.



## DAVID HERNÁNDEZ

12 de agosto de 2024

*Estoy frustrado. Todos los días siento que esta rutina me está consumiendo. He logrado tanto, pero ¿para qué? Algo dentro de mí grita por liberarse, por crear algo que realmente desafíe lo establecido.*

*Estoy cansado de jugar seguro, de seguir las mismas reglas que todos.*

*Quiero romper con todo y hacer algo que deje una huella, algo que me haga sentir vivo de nuevo. Pero el miedo a fallar me mantiene atrapado. ¿Cuánto más puedo soportar antes de que pierda la chispa que me hace querer cambiar el mundo?*

DAVID HERNÁNDEZ

12 de agosto de 2024

"David, entendemos lo que sientes. Ese deseo de avanzar, de no quedarte estancado, pero sin saber exactamente cómo. En INNOVA, te damos la libertad de explorar nuevas posibilidades. No solo queremos que encuentres una dirección, queremos que construyas un camino que sea único para ti.

Con nuestras herramientas, puedes transformar esa frustración en impulso y crear un futuro que realmente refleje lo que eres. Estás a un paso de desbloquear tu potencial.

¿Estás listo para descubrirlo?"



# **PERFIL DE CLIENTE IDEAL # 2**

**CONSCIENTE  
DEL PROBLEMA**

## LAURA MARTÍNEZ

Es una emprendedora que no solo busca diferenciarse sino que quiere liderar un cambio en su industria rompiendo con lo convencional y estableciendo nuevas normas.

**Cargo:** Fundadora y CEO de una Startup de marketing digital

**Edad:** 34 años

**Género:** Femenino

### PERFIL PERSONAL

#### Películas favoritas:

- "Joy"
- The Devil Wears Prada
- The Wolf of Wall Street
- Hidden Figures

#### Libros favoritos:

- Blue Ocean Strategy de W. Chan Kim
- “Girboss” de Sophia Amoruso
- The Lean Startup” de Eric Ries

#### Sitios web más visitados:

- Forbes
- HubSpot Blog
- LinkedIn

#### Influenciadores de RRSS:

- Sophia Amoruso
- Tim Ferriss
- Marie Forleo

### PSICOGRAFÍA

#### Rasgos de personalidad:

- Determinada
- Ambiciosa
- Resiliente
- Visionaria

#### Valores:

- Innovación
- Audacia
- Independencia
- Autenticidad

#### Intereses:

- Emprendimiento
- Marketing Digital
- Liderazgo
- Empoderamiento femenino



LAURA MARTÍNEZ

## PERFIL DE DOLOR

### Gran miedo secreto:

Quedarse atrapada en un modelo de negocio convencional que no le permite diferenciarse y liderar en su industria.

### Gran queja de la solución existente:

Las estrategias actuales son demasiado seguras y no permiten la disruptión necesaria para sobresalir.

### Principales puntos de dolor:

Falta de diferenciación en un mercado saturado.  
Estrategias de marketing que no generan el impacto deseado.  
Sensación de estar luchando contra un sistema que no la comprende.  
Frustración con soluciones que promueven más de lo mismo.

## PERFIL DE DESEO

### Gran deseo secreto:

Crear una marca que no sólo destaque, sino que redefina las reglas del marketing digital.

### Estilo de vida soñado:

Ser líder en su industria, conocida por desafiar las normas y crear tendencias, mientras disfruta de la libertad de dirigir su empresa según sus propias reglas.

### Principales deseos:

Diferenciar su marca a través de la innovación disruptiva.  
Liderar un cambio en su industria.  
Romper con las estrategias convencionales.  
Ser reconocida como una pionera en el marketing digital.  
Empoderar a otros emprendedores a desafiar las normas.

## EMOCIONES Y SENTIMIENTOS

1. Frustración por la falta de innovación
2. Deseo de romper con lo convencional.
3. Ansiedad por no diferenciarse lo suficiente.
4. Determinación para desafiar las normas.
5. Esperanza en encontrar soluciones audaces.

## LAURA MARTÍNEZ

### CREENCIAS

"Las estrategias convencionales ya no funcionan."  
"Diferenciarse es la clave del éxito."  
"La disruptión es necesaria para liderar."  
"El riesgo calculado es esencial para el crecimiento."  
"Las reglas están hechas para ser desafiadas."

### COMPORTAMIENTO DE COMPRA

Principales ganchos para la toma de una decisión:

1. Soluciones que permitan romper con lo convencional.
2. Casos de éxito de marcas disruptivas.
3. Promesas de diferenciación clara y audaz..

### PERFIL TRIDIMENSIONAL

### DESEOS

#### QUIERE GANAR

Diferenciación y liderazgo en su industria.

#### QUIERE SER

Reconocida como una pionera en marketing digital.

#### QUIERE HACER

Romper con las normas convencionales y liderar un cambio.

### ¿QUÉ PIENSA?

Un mercado lleno de marcas que parecen todas iguales y estrategias que no destacan.

### ¿QUÉ ESCUCHA?

"Necesito hacer algo diferente, algo que nadie más esté haciendo."

### ¿QUÉ SIENTE?

Consejos para jugar seguro que le resultan frustrantes, y ejemplos de marcas que se han atrevido a ser diferentes.

### ¿QUÉ DICE?

Necesitamos ser audaces, necesitamos romper con lo que se espera."

### ¿QUÉ HACE?

Buscando nuevas ideas, explorando soluciones no convencionales y planificando cómo llevar su marca a un nuevo nivel de disruptión.

#### QUIERE AHORRAR

Tiempo en estrategias que no funcionan.

#### QUIERE EVITAR

Quedarse atrapada en la mediocridad y la conformidad.

## NOTAS DE LAURA MARTÍNEZ



12 de agosto de 2024

*Hoy estoy frustrada. Mi negocio sigue estancado, a pesar de todos los consejos y estrategias convencionales que he seguido. No puedo soportar seguir haciendo lo mismo que todos los demás. Quiero algo más, algo que rompa con lo establecido y me permita ser la líder que transforma esta industria. Mi mayor miedo es quedarme atrapada en esta conformidad, viendo cómo otros toman riesgos mientras yo me mantengo en lo seguro. Sé que tengo el potencial para cambiar las reglas del juego, pero necesito herramientas que me permitan desafiar lo convencional y liderar con audacia.*

## NOTAS DE LAURA MARTÍNEZ

12 de agosto de 2024

*"Laura, sabemos que la presión de encontrar una solución puede ser abrumadora. Pero aquí en INNOVA, no sólo te ofrecemos una salida, sino una forma de tomar el control total de tu negocio y tu futuro.*

*Te damos las herramientas para diversificar tus ingresos sin complicaciones, y lo mejor de todo es que tú decides cómo avanzar. No estás sola en esto; nuestra comunidad global está aquí para apoyarte en cada paso del camino.*

*Vamos a convertir esa incertidumbre en acción."*



# **PERFIL DE CLIENTE IDEAL # 3**

**CONSCIENTE DE  
LA SOLUCIÓN**

## SOFÍA RAMÍREZ

Es la líder que desea romper con las normas tradicionales y liderar una verdadera revolución creativa y disruptiva en su campo.

**Cargo:** Consultora en estrategias de negocios digitales

**Edad:** 29 años

**Género:** Femenino

### PERFIL PERSONAL

**Películas favoritas:**

The Social Dilemma  
Moneyball  
The Big Short  
Minority Report

**Libros favoritos:**

"The Lean Startup" de Eric Ries  
"Originals" de Adam Grant  
"Thinking, Fast and Slow" de Daniel Kahneman

**Sitios web más visitados:**

Medium (Startups y Tecnología)  
TED  
Wired

**Influenciadores de RRSS:**

Adam Grant  
Seth Godin  
Gary Vaynerchuk

### PSICOGRAFÍA

**Rasgos de personalidad:**

Analítica  
Innovadora  
Ambiciosa  
Rebelde

**Valores:**

Disrupción  
Resilencia  
Independencia  
Autenticidad

**Intereses:**

Emprendimiento  
Tecnología disruptiva  
Negocios digitales  
Sostenibilidad empresarial



SOFÍA RAMÍREZ

## PERFIL DE DOLOR

### Gran miedo secreto:

Encontrar una solución que solo perpetúe lo convencional y no le permita liderar una verdadera disruptión en su sector..

### Gran queja de la solución existente:

Las soluciones actuales son demasiado centradas en mantener lo existente, no en transformar lo que podría ser.

### Principales puntos de dolor:

Limitaciones en herramientas que no permiten una innovación real.  
Falta de integración entre creatividad y funcionalidad en las soluciones actuales.  
Frustración por no encontrar un enfoque que rompa con lo tradicional.  
Temor de que su negocio se estanque en un modelo predecible y obsoleto.

## PERFIL DE DESEO

### Gran deseo secreto:

Implementar soluciones que no solo optimicen su negocio, sino que lo transformen radicalmente, permitiéndole ser pionera en su campo.

### Estilo de vida soñado:

Líder de una consultoría que sea reconocida por su enfoque disruptivo y creativo, donde cada proyecto desafía las normas y establece nuevos estándares.

### Principales deseos:

Encontrar herramientas que permitan una innovación real.  
Líder de un enfoque que rompa con lo convencional.  
Transformar su industria con soluciones creativas y audaces.  
Empoderar a otros a desafiar lo establecido..

## EMOCIONES Y SENTIMIENTOS

**1. Frustración con las soluciones convencionales.**

**2. Deseo de innovación radical.**

**3. Ansiedad por la falta de disruptión.**

**4. Determinación por transformar su sector.**

**5. Esperanza en encontrar soluciones que desafíen las normas.**

**SOFÍA RAMÍREZ**

## CREENCIAS

"La verdadera innovación rompe con lo convencional."  
 "Las soluciones tradicionales son una trampa."  
 "El cambio real requiere audacia y creatividad."  
 "El futuro pertenece a quienes se atreven a desafiar..."  
 "Las herramientas adecuadas pueden transformar todo."

## COMPORTAMIENTO DE COMPRA

Principales ganchos para la toma de una decisión:

1. Soluciones que permitan una transformación radical.
2. Ejemplos de éxito en la disruptión empresarial.
3. Promesas de innovación que rompan con lo establecido.

### QUIERE GANAR

Liderazgo disruptivo en su campo.

### QUIERE SER

Reconocida como una innovadora que desafía las normas.

### QUIERE HACER

Transformar su industria con soluciones radicales.

### PERFIL TRIDIMENSIONAL

#### DESEOS

### ¿QUÉ VE?

Un sector lleno de soluciones que perpetúan lo convencional y no permiten un verdadero cambio.

### ¿QUÉ PIENSA?

"Necesito una solución que no solo mejore, sino que transforme radicalmente lo que hago."

### ¿QUÉ ESCUCHA?

Recomendaciones para mantener lo existente, que le parecen insuficientes y frustrantes.

### ¿QUÉ SIENTE?

Una mezcla de frustración y determinación por encontrar algo que realmente cambie las reglas del juego.

### ¿QUÉ DICE?

"Necesitamos un enfoque que rompa con todo lo que conocemos y nos lleve a un nuevo nivel."

### ¿QUÉ HACE?

Evaluá soluciones que prometen un cambio real, y busca herramientas que integren creatividad con funcionalidad.

### QUIERE EVITAR

Quedarse atrapada en un enfoque tradicional.

### QUIERE AHORRAR

Tiempo perdido en métodos convencionales.



## NOTAS DE LAURA MARTÍNEZ

12 de agosto de 2024

*"Hoy siento una mezcla de emoción y duda. He encontrado una solución que parece capaz de romper con las limitaciones que he enfrentado, pero me preocupa que no sea suficiente. Mi miedo es que, al final, sea otra herramienta que solo mantenga lo convencional."*

*Necesito algo que no solo optimice, sino que transforme mi negocio de manera radical. Estoy lista para desafiar las normas y liderar con audacia, pero necesito ver un cambio real, algo que me ponga a la vanguardia y haga una diferencia significativa. Es momento de arriesgar y apostar por lo que puede cambiarlo todo."*

## NOTAS DE LAURA MARTÍNEZ

12 de agosto de 2024

"Sofía, estás en el punto perfecto para dar el siguiente gran paso. Ya sabes que el crecimiento personal es la clave para llevar tus habilidades al siguiente nivel. En INNOVA, entendemos que el éxito no es solo aprender más, sino aplicar lo que sabes para transformar tu vida. Te ofrecemos las herramientas que necesitas para que sigas creciendo, tanto en lo profesional como en lo personal, todo mientras formas parte de una comunidad que comparte tu visión. Estás lista para ir más allá, y estamos aquí para ayudarte a hacerlo realidad."



# **PERFIL DE CLIENTE IDEAL # 4**

**CONSCIENTE DEL PRODUCTO**

## ANDRÉS GARCIA

Es un rebelde tecnológico que busca herramientas disruptivas para liderar en un mercado en constante evolución, evitando quedarse atrás en la revolución digital.

**Cargo:** Emprendedor en tecnología blockchain y criptomonedas

**Edad:** 32 años

**Género:** Masculino

### PERFIL PERSONAL

**Películas favoritas:**

Blade Runner 2049  
Snowden  
Ready Player One  
Mr. Robot

**Libros favoritos:**

The Bitcoin Standard  
The Sovereign Individual  
The Fourth Turning  
Cryptonomicon

**Sitios web más visitados:**

GitHub  
CoinDesk  
Reddit

**Influenciadores de RRSS:**

Vitalik Buterin  
Laura Shin  
Andreas Antonopoulos

### PSICOGRAFÍA

**Rasgos de personalidad:**

Visionario  
Intrépido  
Innovador  
Autodidacta

**Valores:**

Libertad  
Descentralización  
Transparencia  
Autonomía

**Intereses:**

Blockchain y seguridad  
Descentralización  
Ciberseguridad  
Emprendimiento digital



ANDRÉS GARCIA

## PERFIL DE DOLOR

### Gran miedo secreto:

Ser dejado atrás en la revolución digital por utilizar herramientas que no son lo suficientemente avanzadas o flexibles..

### Gran queja de la solución existente:

Las plataformas actuales están demasiado centradas en mantener la seguridad y estabilidad, sacrificando la innovación y la agilidad necesarias para liderar en blockchain.

### Principales puntos de dolor:

Falta de herramientas que permitan una integración fluida en blockchain.  
Preocupación por la escalabilidad y eficiencia de las soluciones actuales.  
Frustración con la lentitud de adopción de tecnologías emergentes.  
Sensación de estar limitado por tecnologías que no avanzan al ritmo del mercado.

## PERFIL DE DESEO

### Gran deseo secreto:

Encontrar o desarrollar una plataforma que sea pionera en la adopción de tecnologías disruptivas, permitiéndole liderar el espacio blockchain..

### Estilo de vida soñada:

Ser un líder reconocido en la revolución blockchain, con la libertad de innovar y desarrollar soluciones que transformen la manera en que interactuamos con la tecnología.

### Principales deseos:

Adoptar tecnologías que sean disruptivas.  
Liderar en blockchain con soluciones innovadoras.  
Superar las limitaciones de las plataformas centralizadas.  
Convertirse en una referencia global en criptomonedas.  
Crear un impacto significativo en la adopción masiva de blockchain.

## EMOCIONES Y SENTIMIENTOS

1. Ansiedad por la rapidez del cambio tecnológico..

2. Frustración con la falta de innovación.

3. Deseo de liderar la adopción de nuevas tecnologías.

4. Determinación para ser un pionero.

5. Confianza en la capacidad de transformar la industria.

**ANDRÉS GARCIA****CREENCIAS***"La descentralización es el futuro."**"La innovación debe ser continua para liderar."**"El poder debe estar en manos de los usuarios, no de las plataformas."**"La agilidad es clave en la revolución digital."**"El liderazgo se gana desafiando lo establecido."***COMPORTAMIENTO DE COMPRA***Principales ganchos para la toma de una decisión:*

- 1.** Plataformas que ofrezcan verdadera descentralización y autonomía.
- 2.** Tecnologías que prometen ser disruptivas en blockchain.
- 3.** Soluciones que ofrecen control total al usuario y agilidad en la adopción.

**PERFIL TRIDIMENSIONAL****DESEOS****QUIERE GANAR***Libertad y control en el mundo digital.***QUIERE SER***Reconocido como un líder pionero en blockchain.***QUIERE HACER***Desarrollar soluciones que cambien el panorama tecnológico.***¿QUÉ VE?***Un mercado que avanza hacia la descentralización, pero con soluciones que aún no alcanzan su potencial.***¿QUÉ PIENSA?***"Necesito una plataforma que no solo siga el ritmo, sino que lo marque."***¿QUÉ ESCUCHA?***Debates sobre la importancia de la descentralización, con frustración sobre la lentitud en la adopción.***¿QUÉ SIENTE?***Una mezcla de frustración y determinación por encontrar algo que realmente cambie las reglas del juego***¿QUÉ DICE?***"Quiero una herramienta que me permita liderar en este espacio, no solo seguir el flujo."***¿QUÉ HACE?***Explora plataformas descentralizadas, investiga tecnologías emergentes, y evalúa soluciones que ofrezcan el máximo control y autonomía.***QUIERE AHORRAR***Tiempo en procesos ineficaces y tecnologías obsoletas.***QUIERE EVITAR***Perder el liderazgo en un mercado en constante evolución.*

# CONSCIENTE DEL PRODUCTO



## ANDRÉS GARCIA

12 de agosto de 2024

*Hoy me siento frustrado. Las herramientas que estoy usando cumplen su función, pero están atadas a lo convencional y carecen de la innovación que necesito.*

*Quiero algo que me dé control total, que me permita no solo seguir la revolución blockchain, sino liderarla.*

*Mi mayor miedo es quedar atrapado en tecnologías que no evolucionan. Necesito una solución audaz, algo que realmente transforme mi enfoque y me posicione como un pionero en este espacio. No puedo seguir con lo mismo, es hora de apostar por lo que marcará la diferencia.*

ANDRÉS GARCIA

12 de agosto de 2024

*"Andrés, sabemos que estás buscando algo más que solo una plataforma.*

*Estás buscando un socio que te ayude a optimizar tu tiempo y maximizar tus resultados. En INNOVA, te ofrecemos las herramientas avanzadas que necesitas para llevar tu trading al siguiente nivel, con acceso a estrategias en tiempo real y recursos que te permitirán obtener el máximo provecho de cada oportunidad. Estás listo para pasar al siguiente nivel, y nosotros estamos aquí para asegurarnos de que lo logres."*



# **PERFIL DE CLIENTE IDEAL # 5**

**ETAPA MÁS CONSCIENTE**

## RICARDO TORRES

Es una emprendedora que no solo busca diferenciarse, sino que quiere liderar un cambio en su industria, rompiendo con lo convencional y estableciendo nuevas normas.

**Cargo:** EDirector de innovación y estrategia de producto en una empresa de bienes de consumo masivo

**Edad:** 34 años

**Género:** Masculino

### PERFIL PERSONAL

#### Películas favoritas:

*Moneyball*  
*The Founder*  
*The Wolf of Wall Street*  
*Ford v Ferrari*

#### Libros favoritos:

*Blue Ocean Strategy*  
*Good to Great*  
*The Tipping Point*  
*The Innovator's Dilemma*

#### Sitios web más visitados:

*Forbes*  
*TechCrunch*  
*Product Hunt*

#### Influenciadores de RRSS:

*Ben Horowitz*  
*Tony Fadell*  
*Indra Nooyi*

### PSICOGRAFÍA

#### Rasgos de personalidad:

Estratega  
Innovador  
Competitivo  
Visionario

#### Valores:

Innovación  
Crecimiento  
Eficiencia  
Progreso

#### Intereses:

Desarrollo de productos  
Estrategia empresarial  
Tecnología de consumo  
Optimización de procesos  
Transformación digital



## DAVID HERNÁNDEZ

### CREENCIAS

"Las reglas están hechas para romperse."  
"La verdadera innovación es disruptiva."  
"El futuro pertenece a los inconformistas."  
"El crecimiento personal y profesional no tiene límites."  
"La burocracia mata la creatividad."

### COMPORTAMIENTO DE COMpra

Principales ganchos para la toma de una decisión:

1. Soluciones que permiten desafiar las normas.
2. Testimonios de éxito de personas innovadoras y disruptivos.
3. Promesas de libertad creativa y autonomía.

### PERFIL TRIDIMENSIONAL

### DESEOS

#### QUIERE GANAR

Autonomía para crear e innovar.

#### QUIERE SER

Reconocido como un líder disruptivo en su industria.

#### QUIERE HACER

Romper con las normas y establecer nuevas reglas.

#### ¿QUÉ PIENSA?

Un mercado saturado de ideas convencionales y restricciones corporativas.

#### ¿QUÉ ESCUCHA?

"¿Cómo puedo desafiar esto y hacer algo realmente significativo?"

#### ¿QUÉ SIENTE?

Frustración por las limitaciones y ansiedad por el futuro, pero también una determinación ardiente de cambiar las cosas.

#### ¿QUÉ DICE?

"Necesitamos hacer algo diferente, algo que nadie más se atrevería a hacer."

#### ¿QUÉ HACE?

Explora nuevas ideas, prueba enfoques radicales y busca formas de romper con las normas tradicionales.

#### QUIERE AHORRAR

Tiempo en procesos inefficientes y lanzamientos fallidos.

#### QUIERE EVITAR

Quedarse atrapado en un sistema que limita su capacidad.

## LAURA MARTÍNEZ

### CREENCIAS

"Las estrategias convencionales ya no funcionan."  
"Diferenciarse es la clave del éxito."  
"La disruptión es necesaria para liderar."  
"El riesgo calculado es esencial para el crecimiento."  
"Las reglas están hechas para ser desafiadas."

### COMPORTAMIENTO DE COMPRA

Principales ganchos para la toma de una decisión:

1. Soluciones que permitan romper con lo convencional.
2. Casos de éxito de marcas disruptivas.
3. Promesas de diferenciación clara y audaz..

### PERFIL TRIDIMENSIONAL

### DESEOS

#### QUIERE GANAR

Diferenciación y liderazgo en su industria.

#### QUIERE SER

Reconocida como una pionera en marketing digital.

#### QUIERE HACER

Romper con las normas convencionales y liderar un cambio.

### ¿QUÉ PIENSA?

Un mercado lleno de marcas que parecen todas iguales y estrategias que no destacan.

### ¿QUÉ ESCUCHA?

"Necesito hacer algo diferente, algo que nadie más esté haciendo."

### ¿QUÉ SIENTE?

Consejos para jugar seguro que le resultan frustrantes, y ejemplos de marcas que se han atrevido a ser diferentes.

### ¿QUÉ DICE?

Necesitamos ser audaces, necesitamos romper con lo que se espera."

### ¿QUÉ HACE?

Buscando nuevas ideas, explorando soluciones no convencionales y planificando cómo llevar su marca a un nuevo nivel de disruptión.

#### QUIERE AHORRAR

Tiempo en estrategias que no funcionan.

#### QUIERE EVITAR

Quedarse atrapada en la mediocridad y la conformidad.

# ETAPA MÁS CONSCIENTE



## RICARDO TORRES

12 de agosto de 2024

Siento una presión constante. El mercado se mueve demasiado rápido, y las herramientas que tenemos no están a la altura.

Mi mayor temor es que nuestra empresa quede rezagada.

Necesitamos una solución ágil que permita que nuestras ideas cobren vida de manera rápida y efectiva. No puedo conformarme con ser solo uno más en el mercado; quiero liderar con productos que realmente hagan la diferencia. Estoy decidido a romper con lo convencional y encontrar la herramienta que nos impulse a ser los mejores.

**RICARDO TORRES**

12 de agosto de 2024

*Ricardo, estás en el punto donde el éxito ya no es solo una meta, sino una parte de tu día a día. Sabes lo que quieras y estás listo para llevarlo a cabo. INNOVA te ofrece exactamente lo que necesitas: herramientas que optimizan tu tiempo y te permiten continuar creciendo tanto personal como financieramente. Aquí no se trata de seguir las reglas sino de crear las tuyas. Tú ya tienes la visión, nosotros te damos el impulso para que la hagas realidad."*

