

# ¡Hola Creativo!

Si estás aquí, es porque quieres crear **una marca con propósito** que a través de tu pasión, genere ingresos y mejore la vida de otras personas...





En Mentar tenemos el Servicio de **Mentorías personalizadas** para ayudarte a hacer esto realidad.

Pero cabe aclarar, que esta Mentoría no es para cualquier emprendedor. Es solo para aquellos que realmente quieren:

- Generar ingresos a través de su pasión.
- Mejorar la vida de otras personas a través de sus productos o servicios.

Si esto es lo que TÚ QUIERES, entonces esta Asesoría Inicial es para tí:

**ASESORÍA INICIAL**



# La Ruta de Marca

Consiste en 3 etapas clave para crear una marca con propósito desde cero hasta el medio digital.

**1.** Modelo de negocio

**2.** Esencia de marca

**3.** Estrategia digital



# Modelo de Negocio



Descubre tu  
Propósito de marca



Conoce a tu  
Persona favorita

---



Entiende el  
Problema



Aplica  
Triple impacto

---



Conviértete  
en un Guía



Cuenta lo que  
vas a Ofrecer

---



Crea tu Propuesta  
de Valor



Haz tu Plan  
de Acción





# Propósito de marca

Tener un propósito de marca, es tener una visión definida del cambio que queremos hacer en el mundo con nuestros productos o servicios.

**Es la razón más allá del dinero** por el cual creaste esta marca. Y es el motor de la empresa no solo desde un punto de vista moral sino además económico.

Definir el propósito de marca y hacerlo comunicable al medio digital, es la clave de éxito de las empresas actuales. Unilever mencionó que sus marcas con propósito crecieron 69% más que sus marcas tradicionales.



## Persona favorita

Así llamamos a nuestro “Público objetivo” porque en eso se debe convertir para tu marca: En tu Persona Favorita.

Conocerla e identificar cuáles son sus **deseos de supervivencia** respecto a tu producto o servicio será la clave para pasar de perseguir clientes a ser perseguido por ellos...

Cuando dedicas el tiempo a investigar, analizar y concluir quién es y qué quiere tu cliente, es cuando logras conectar realmente con ellos al momento de vender.



## Problema

Luego de conocer a tu cliente, es momento de entender qué problemas tiene que vas a ayudarlo a resolver con tus productos o servicios.

El ejemplo en Mentar con los emprendedores, es:

**Problema externo:** No saber cómo crear un negocio que le genere INGRESOS \$.

**Problema interno:** No saber cómo rentabilizar su PASIÓN.

**Problema filosófico:** No saber cómo CONTRIBUIR a la sociedad a través de sus productos o servicios.

Saber esto, será fundamental para tus estrategias de comunicación y venta.





## Triple impacto

¿Sabías que de 100 emprendimientos que se crean cada año, solo 23 pasan la prueba de los 4 años?

Esto se debe a la falta de TRIPLE IMPACTO en sus modelos de negocio. Hoy en día los emprendimientos que perduran en el tiempo, son aquellos que además de tener un propósito de marca, tienen claro el impacto que van a generar **a nivel económico, social y ambiental.**

A este tipo de marcas las llaman “emprendimientos sostenibles” porque son lo que realmente el mundo necesita.



## Convertirte en un Guía

¿Has escuchado que el cliente es “el héroe” de las marcas?

Así es. Pero muchas marcas cometen el error de venderse como los héroes diciendo “voy a resolver tu problema”.

Cuando en realidad EL CLIENTE es el que quiere y debe resolver su propio problema, él es finalmente el héroe de la historia. Las marcas deben mostrarse como “guías” en ese proceso de resolución.

Las dos herramientas clave para verte como un guía confiable es: Expresar **empatía** y mostrar **autoridad**.





## Lo que vas a Ofrecer

Al momento de vender, será fundamental tener un portafolio o un sitio web estratégico que comunique claramente:

El **Plan Proceso** (paso 1,2,3) que debe realizar tu cliente. El **Plan de Acuerdo** (garantía) que le vas a brindar para recibir su confianza. **Los**

**llamamientos a actuar**

Directos y Transicionales que inviten a la acción.

Y un **posicionamiento** claro que comunique **Los fracasos** que le ayudas a evitar y también **Los logros** que va a obtener si compra tu producto o servicio.



## Propuesta de valor

Sabemos que hoy en día el mercado está saturado de marcas y más que todo en las redes sociales.

Por eso es tan importante encontrar lo que nos diferencia y nos hace únicos. El cliente debe decir “te prefiero a ti y no a la competencia”.

Además, es importante definir tus **estrategias de fidelización**, esos “regalos” que vas a darle a tu audiencia: Piensa en el antes, durante y después de la compra. Identifica el contenido de valor y la experiencia de compra que vas a ofrecerle con tu marca.





## Plan de Acción

Finalmente, el último tema que vas a desarrollar en tu modelo de negocio es hacer tus **promesas y proyecciones.**

Ya sabes lo que vas a hacer, ahora debes definir cómo lo harás y cuándo lo harás.

Además de proyectar las metas a corto, mediano y largo plazo, acompañado de acciones concretas que vas a realizar, en este punto, será importante apoyarte de herramientas como las declaraciones y afirmaciones para motivarte, tomar acción y hacer realidad tus sueños.

# **Esencia de Marca**





Encuentra  
Referentes



Identifica los  
Imaginarios



Personifica  
tu marca



Construye  
una Imagen



Escribe tu  
Manifiesto



Crea una  
Comunidad



## Referentes

El primer paso es desarrollar una investigación de referentes tanto de **inspiración** como de **competencia**. El objetivo aquí será referenciarnos (no copiar).

Analizar las estrategias que le están funcionando a otras marcas y mirar cómo podemos aplicarlas a la nuestra, será clave para la toma de decisiones.

Cuando un emprendedor desconoce el mercado (competencia y otros) está desconociendo el futuro de su marca. Por esto implementamos algunas herramientas de análisis para sacar conclusiones y aplicarlas efectivamente.





# Imaginarios

Los imaginarios son esos intangibles que se posicionan en la mente de las personas.

Un ejemplo de esto es Coca Cola. Su principal imaginario es “La Felicidad” y lo transmiten de forma directa en todas sus campañas publicitarias, cuando nos dicen “destapa la felicidad”, o cuando nos muestran personas y familias sonriendo al tomar esta bebida. Ellos tienen claro los imaginarios que quieren posicionar en nuestra mente y es hacernos sentir que esta bebida genera satisfacción y alegría.

¿Qué imaginarios quieres posicionar tú con tu marca?



# Personalidad de marca

Aunque tu marca NO ES UNA PERSONA, debes buscar la forma de hacerla más humana.

Las personas conectan con personas, y por esto la clave para comenzar a generar una mayor interacción con tu audiencia, será encontrar el **arquetipo** ideal para tu marca, el lenguaje de comunicación que vas a implementar y los elementos gráficos e incluso ilustraciones que pueden salir a partir de la realización de esta personificación.

Luego de esto, tendrás una personalidad clara que enganche con tus seguidores.



# Imagen de marca

Teniendo claro y definido tu Modelo de negocio y los puntos que llevamos hasta el momento en la Esencia de marca, es momento de crear la imagen de marca, esta se compone de:

**Nombre:** Debe ser corto, fácil de pronunciar, fácil de escribir, fácil de recordar.

**Eslogan:** Puede ser emocional o descriptivo, debe complementar el nombre de tu marca.

**Paleta de colores y tipografías:** Deben transmitir valores y emociones coherentes con tus imaginarios y propósito de marca.





## Manifiesto

Antes, las empresas creaban su misión, visión, políticas... Ahora las marcas comunican su manifiesto. El manifiesto es un **discurso muy emocional** que parte de proposiciones y afirmaciones de la marca.

Esto genera más empatía, enganche y conecta con las personas, invitándolas a “pertenecer” (ser parte de algo), es decir, de querer comprar o recomendar tus productos o servicios porque les conecta una causa de fondo: El propósito de la marca.

Comunicar tu manifiesto será el primer paso para crear una:



# Comunidad

Así es, las comunidades se forman alrededor de los manifiestos. Porque estos comunican las razones más profundas de la existencia de la marca. Para crear una comunidad es fundamental:

Recordar que el propósito es contribuir, no obtener dinero (el dinero es la consecuencia de hacer las cosas bien y hacerlas con amor).

Tener hábitos para fortalecer dicha comunidad (diarios, semanales, mensuales, semestrales, anuales). Y estar en constante aprendizaje para ofrecer valor continuo.

# Estrategia digital

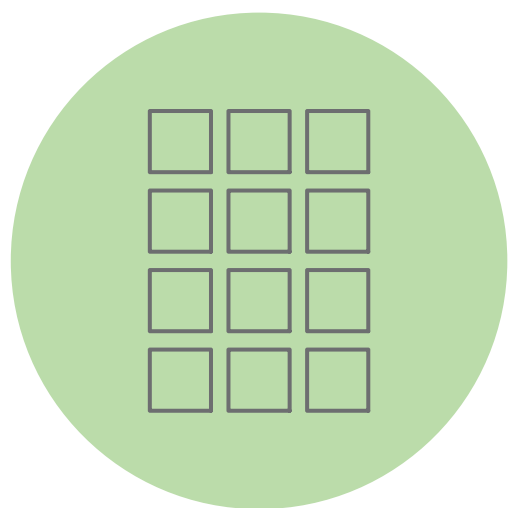




Introducción  
a Instagram



Objetivo  
y KPI's



Ejes temáticos  
y Estilo de feed



Lluvia de ideas  
Post y Stories



Planeación  
y Redacción



Informe de  
Resultados



# Instagram

Hoy en día Instagram es una de las redes sociales favoritas por ser muy completa, visual y fácil de usar, tiene un mix de otras apps como: Pinterest, Snapchat, Youtube y TikTok.

Instagram ha logrado volverse la red social perfecta para lograr reconocimiento e identidad de las marcas y es momento de que tú la aproveches al máximo.

Para usarla correctamente, es fundamental aprender los conceptos y saber cómo funcionan, qué es el algoritmo, el engagement, reach, impressions, qué tipos de formatos se implementan, entre otros.



## Objetivo y KPI's

Para comenzar a crear la estrategia digital, debemos establecer un **objetivo SMART** que parta de:

Específico	_____	(Qué)
Medible	_____	(Cuánto)
Alcanzable	_____	(Cómo)
Realista	_____	(Qué usar)
Temporal	_____	(Cuándo)

Luego de tener claro el objetivo a alcanzar, es importante establecer unos **Indicadores Clave de Rendimiento** (Key Performance Indicator) estos nos permiten analizar a través de números si estamos alcanzando la meta o no.





## Ejes y Estilo de feed

Teniendo definido un objetivo para la estrategia, llega el momento de definir los ejes temáticos, los pilares de contenido y el estilo de feed.

Recordemos que Instagram es una red social PARA PERSONAS. Y aunque podamos usar esta red social como un mediador de ventas, hay que aplicar estrategias en el contenido para no espantar a los posibles clientes potenciales.

Además, esta app es muy visual, por lo que crear un contenido atractivo y ordenado es indispensable para tener una Estrategia digital exitosa.



## Post y Stories

**Post:** Es un formato que siempre está visible, por lo que debe ser un contenido muy bien diseñado y con estrategia. Aquí están: Single post, carruseles y reels.

**Stories:** Es el contenido que dura solo 24 horas, lo que permite publicar contenido más casual y efímero.

Para crear contenido con estrategia, deberemos recoger toda la investigación realizada en el Modelo de negocio y la Esencia de marca. Además, debemos aplicar una estructura semanal y las herramientas de instagram para potenciar la visibilidad del contenido.



# Planeación y Redacción

Antes de comenzar a diseñar y grabar el contenido, es importante hacer una **planeación detallada** de lo que queremos realizar. Buscar referentes, analizar música en tendencia, definir transiciones, investigar información de valor...

Luego procedemos al diseño y edición de contenido, Para los “no diseñadores” recomendamos usar **Canva y CapCut**.

Y finalmente, procedemos a la **redacción de captions** (las descripciones) de cada post de forma estratégica, aplicando títulos de impacto y llamados a la acción.





## Informe

Si invertimos buen tiempo creando la estrategia digital, lo lógico es evaluar si se cumplió, ¿Cierto?

Este es un paso clave que no debemos dejar atrás ya que con esta herramienta lograremos ver los avances y las mejoras o cambios que debemos aplicar a las siguientes estrategias digitales.

Aquí usamos un **Formato en Excel** para ir llevando el registro de: Engagement, Seguidores, Visitas al perfil, Impresiones, Alcance, Me gusta, Comentarios, entre otros...



Llegamos al final de  
La Ruta de Marca...

**¿Te gustó?**





# En nuestra Mentoría Full *personalizada*

Te enseñamos a desarrollar todos estos puntos que acabas de aprender, y te brindamos el acompañamiento para que lo hagas correctamente y comiences a ver un crecimiento real en tu marca.

**Si estás listo para crear  
una marca con propósito**

**Escríbenos al Whatsapp**

[wa.me/573054262363](https://wa.me/573054262363)





*Mentor*  
CREAMOS MARCAS CON ESENCIA

- 🌐 [www.mentor.co](http://www.mentor.co)
- 📷 @mentor\_
- 📞 305 426 23 63
- ✉ [mentarcol@gmail.com](mailto:mentarcol@gmail.com)