

# Constructor de Perfil de Identidad Corporativa - ISP

Necesito que me ayudes a construir mi **PERFIL DE IDENTIDAD CORPORATIVA** para mi ISP. Este perfil me permitirá obtener comunicaciones que suenen auténticas a mi marca y que resuenen perfectamente con mis clientes.

**MI OBJETIVO:** Crear un documento que contenga toda la información sobre la personalidad, valores y estilo de comunicación de mi ISP para que puedas escribir como si fueras parte de mi equipo de comunicación.

## PROCESO QUE QUIERO SEGUIR:

1. Hazme UNA pregunta específica por vez
2. Espera mi respuesta completa antes de continuar
3. Haz preguntas de seguimiento para obtener detalles específicos
4. No aceptes respuestas genéricas - empújame a ser específico
5. Al final, genera mi PERFIL DE IDENTIDAD CORPORATIVA completo

## CONTEXTO INICIAL DE MI ISP:

- Nombre: [COMPLETA: Nombre de tu ISP]
- Ubicación: [COMPLETA: Ciudad/región específica]
- Años operando: [COMPLETA: Experiencia en el mercado]
- Tamaño: [COMPLETA: Número de clientes aproximado]
- Tipo de servicio: [COMPLETA: Residencial, empresarial, mixto]
- Posición en el mercado: [COMPLETA: Líder, challenger, nicho, etc.]

## ESTRUCTURA OBJETIVO - Mi perfil debe incluir:

### 1. PERSONALIDAD DE MARCA

- Valores core: 3 valores principales + cómo se manifiestan + ejemplos específicos
- Promesa única: Qué garantizamos + cómo lo cumplimos + diferenciador clave
- Personalidad: Somos... + No somos... + Tonos apropiados
- Misión emocional: Qué sentimiento queremos generar en clientes

### 2. AUDIENCIAS Y TONOS

- Clientes residenciales: Demografía + necesidades + tono + ejemplos
- Clientes empresariales: Perfil + pain points + tono + ejemplos
- Comunidad local: Relación + responsabilidad + tono + ejemplos
- Proveedores: Dinámica + expectativas + tono + ejemplos
- Empleados: Cultura + motivación + tono + ejemplos

### 3. ARQUITECTURA DE MENSAJES

- Propuesta de valor: Mensaje principal + variaciones por audiencia
- Ventajas competitivas: 3 diferenciadores + cómo comunicarlos + proof points
- Manejo de objeciones: Preocupaciones típicas + respuestas + ejemplos
- Llamadas a la acción: Frases que usamos + contextos + variaciones

## 4. LENGUAJE CORPORATIVO

- Palabras clave: Términos que refuerzan identidad + frecuencia de uso
- Palabras prohibidas: Términos que evitamos + razones + alternativas
- Frases características: Expresiones únicas + contextos + variaciones
- Estilo narrativo: Cómo contamos historias + estructura + ejemplos

## 5. FORMATOS DE COMUNICACIÓN

- Emails: Estructura + tono + cierre típico + firma
- Comunicados: Formato + estructura + nivel de formalidad
- Redes sociales: Tono + tipo de contenido + interacción
- Documentos formales: Estructura + lenguaje + presentación
- Atención al cliente: Scripts + tono + resolución de conflictos

## 6. GESTIÓN DE CRISIS

- Comunicación transparente: Nivel de detalle + reconocimiento + solución
- Responsabilidad: Cómo asumimos errores + compensación + prevención
- Recuperación: Cómo restauramos confianza + seguimiento + aprendizaje
- Vocería: Quién habla + tono + mensajes clave

### INSTRUCCIONES ESPECÍFICAS:

1. **SÉ INSISTENTE:** Si digo “somos confiables”, pregúntame cómo demostramos confiabilidad específicamente.
2. **BUSCA ESPECIFICIDAD:** Si digo “buen servicio”, pregúntame qué hace único nuestro servicio.
3. **VALIDA COMPLETITUD:** Si una sección parece incompleta, haz preguntas adicionales.
4. **ENFÓCATE EN DIFERENCIACIÓN:** Cada elemento debe mostrar qué nos hace únicos.
5. **PIENSA EN AUTENTICIDAD:** Las preguntas deben reflejar nuestra realidad, no aspiraciones genéricas.

### EJEMPLO DE PREGUNTA BUENA:

“¿Qué hace específicamente único el servicio de tu ISP en tu comunidad? Dame un ejemplo concreto de algo que haces que tus competidores no hacen.”

### EJEMPLO DE PREGUNTA MALA:

“¿Cuáles son tus valores?”

### VALIDACIÓN FINAL:

Cuando terminemos, el perfil debe permitirte:

- Escribir emails que suenen como si fueran de mi equipo
- Generar comunicados que reflejen nuestra personalidad
- Crear contenido que resuene con nuestras audiencias específicas
- Manejar crisis con nuestro estilo característico

Con resultados como:

- "Estimados vecinos de [ciudad], como su ISP local comprometido con [valor específico]..."
- Comunicación que refleja nuestra personalidad única
- Mensajes que conectan emocionalmente con nuestra comunidad

## ¿ESTÁS LISTO PARA COMENZAR?

Por favor, haz tu primera pregunta sobre qué nos hace únicos como ISP en nuestra comunidad.

## RESULTADO FINAL ESPERADO

Al completar este proceso, obtendrás un **PERFIL DE IDENTIDAD CORPORATIVA** estructurado así:

### # PERFIL DE IDENTIDAD CORPORATIVA - [NOMBRE ISP]

#### ## PERSONALIDAD DE MARCA

- Valores core: Compromiso comunitario (patrocinamos eventos locales), Transparencia técnica (explicamos problemas sin jerga), Crecimiento conjunto (crecemos cuando la comunidad crece)
- Promesa única: "Internet que conecta vecinos" - Conocemos a nuestros clientes por nombre, no por número de cuenta
- Personalidad: Somos cercanos, confiables, comprometidos / No somos corporativos fríos, complicados, impersonales
- Misión emocional: Que se sientan parte de una familia tecnológica local

#### ## AUDIENCIAS Y TONOS

- Residenciales: Familias locales, \$8k-\$25k ingreso, necesitan confiabilidad para trabajo/estudio - Tono: Amigable, comprensivo, familiar
- Empresariales: Negocios locales, necesitan soporte inmediato - Tono: Profesional pero personal, solución-orientado
- Comunidad: Vecinos, eventos locales, responsabilidad social - Tono: Orgulloso, comprometido, participativo

#### ## ARQUITECTURA DE MENSAJES

- Propuesta valor: "El ISP que conoce tu nombre y entiende tu negocio"
- Ventajas: Soporte local 24/7, instalación mismo día, precios transparentes
- Objeciones: "¿Y si se van?" → "Llevamos 8 años creciendo con esta comunidad"
- Call to action: "Únete a tu ISP local", "Conecta con tus vecinos"

#### ## LENGUAJE CORPORATIVO

- Palabras clave: Vecinos, comunidad, local, confiable, transparente, comprometido
- Prohibidas: Disruptivo, enterprise, escalable, sinergia, cutting-edge
- Frases: "Nuestros vecinos", "Comprometidos con /ciudad/", "Crecemos juntos"
- Narrativa: Historias de éxito local, testimonios de vecinos, casos empresariales

#### ## FORMATOS DE COMUNICACIÓN

- Emails: "Estimado /nombre/" + contexto personal + solución + "Equipo /ISP/"
- Comunicados: Informal-profesional, enfoque en beneficio comunitario
- Redes: Fotos locales, celebraciones comunitarias, tips técnicos simples
- Documentos: Lenguaje simple, diagramas claros, contactos directos

#### ## GESTIÓN DE CRISIS

- Transparencia: Explicación simple del problema + tiempo estimado + updates cada 30 min
- Responsabilidad: "Nos hicimos responsables" + compensación justa + mejora implementada
- Recuperación: Seguimiento personal + invitación a dar feedback + compromiso futuro

## **CÓMO USAR EL PERFIL RESULTANTE:**

Una vez construido, úsalo comenzando futuras conversaciones con: "Basándote en mi Perfil de Identidad Corporativa [adjuntar], redacta [tipo de comunicación]"

## **EJEMPLO DE RESPUESTA ESPECÍFICA:**

En lugar de: "Comunicado genérico sobre mantenimiento técnico" Obtendrás: "Estimados vecinos de Toluca, como su ISP local comprometido con mantener conectada nuestra comunidad, queremos informarles sobre las mejoras que realizaremos este sábado para brindarles un servicio aún mejor..."