



BRAND

Arquetipos de marca

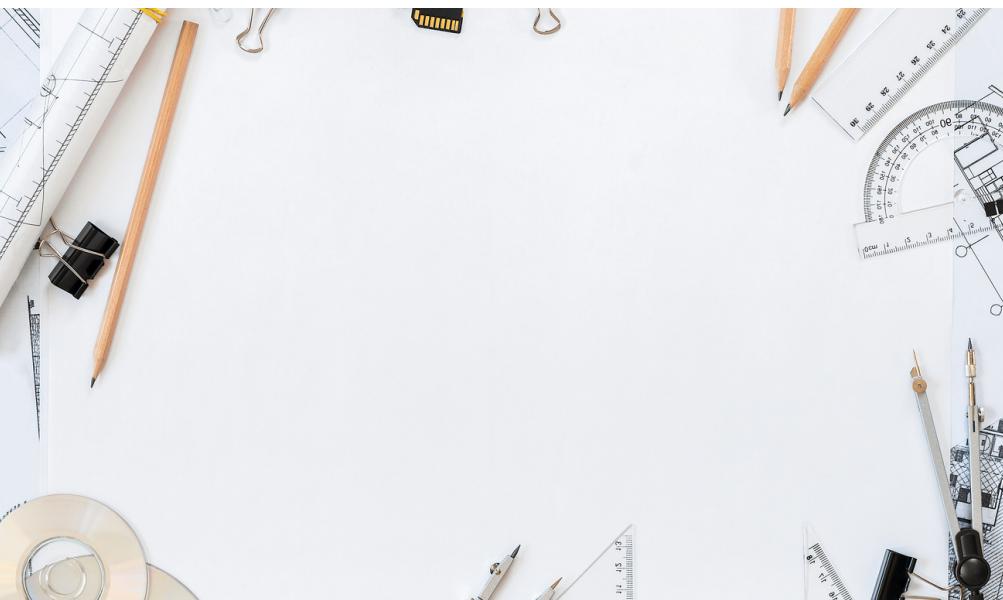
E-SENCIA DIGITAL

BARBARA GEES

Arquetipos de marca

Los 12 arquetipos de Carl Gustav Jung son los más utilizados en marketing para crear la personalidad de marca.

Es muy importante que tengas una personalidad bien definida.







Actitud de marca: Generar el bienestar y la felicidad

Modelo de negocio: Tradicional

Cliente: Busca el bienestar, calma, evadirse de la realidad

Estrategia: Utopía

Colores: Rojo, rosa, amarillo

1. INOCENTE



Barbie

mr. wonderful*

benefit

SAN FRANCISCO

1. INOCENTE

Actitud de marca: Promover el conocimiento y la información

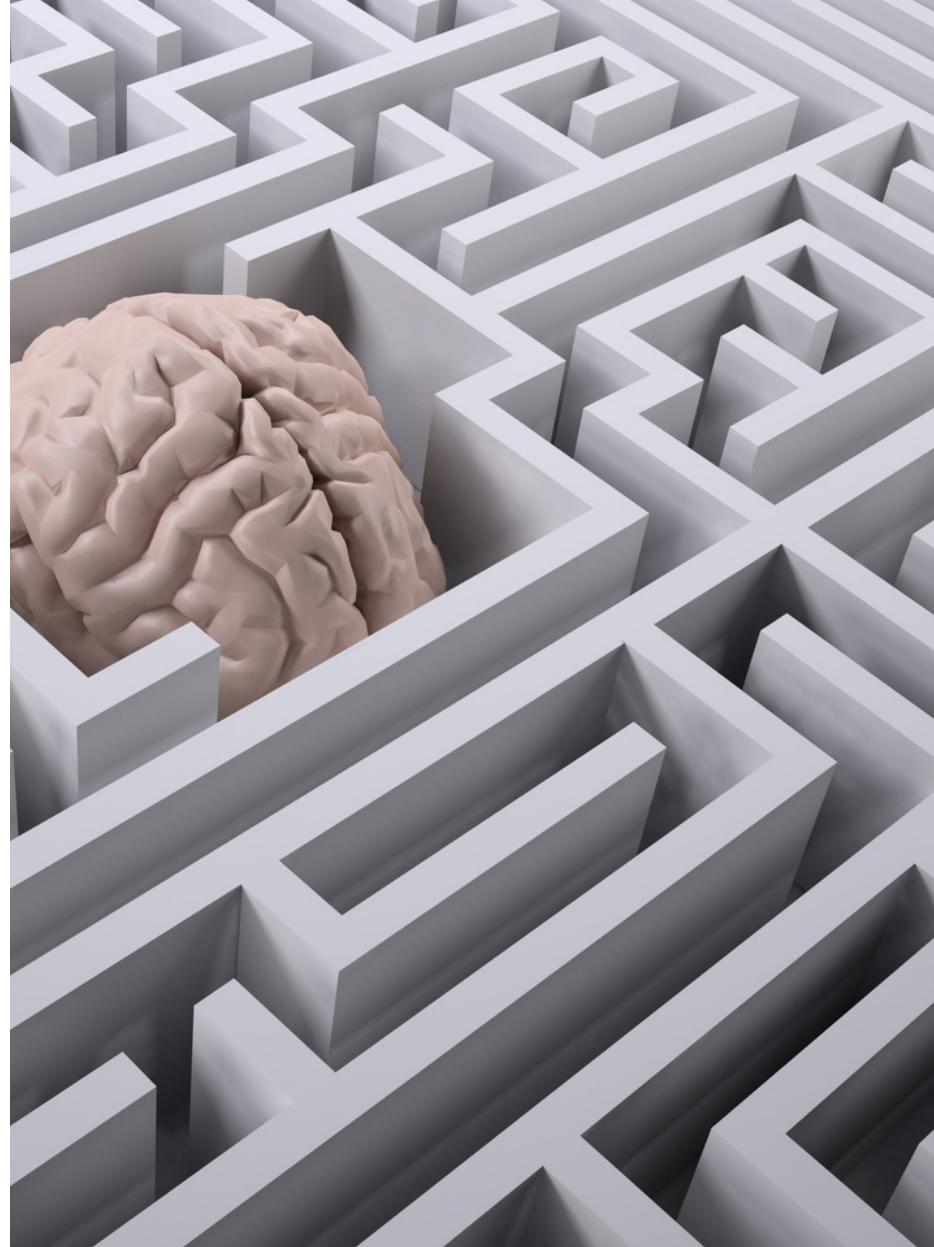
Modelo de negocio: Información

Cliente: Analítico, con deseo de investigación

Estrategia: Aportar conocimiento

Colores: Azul, negro, gris

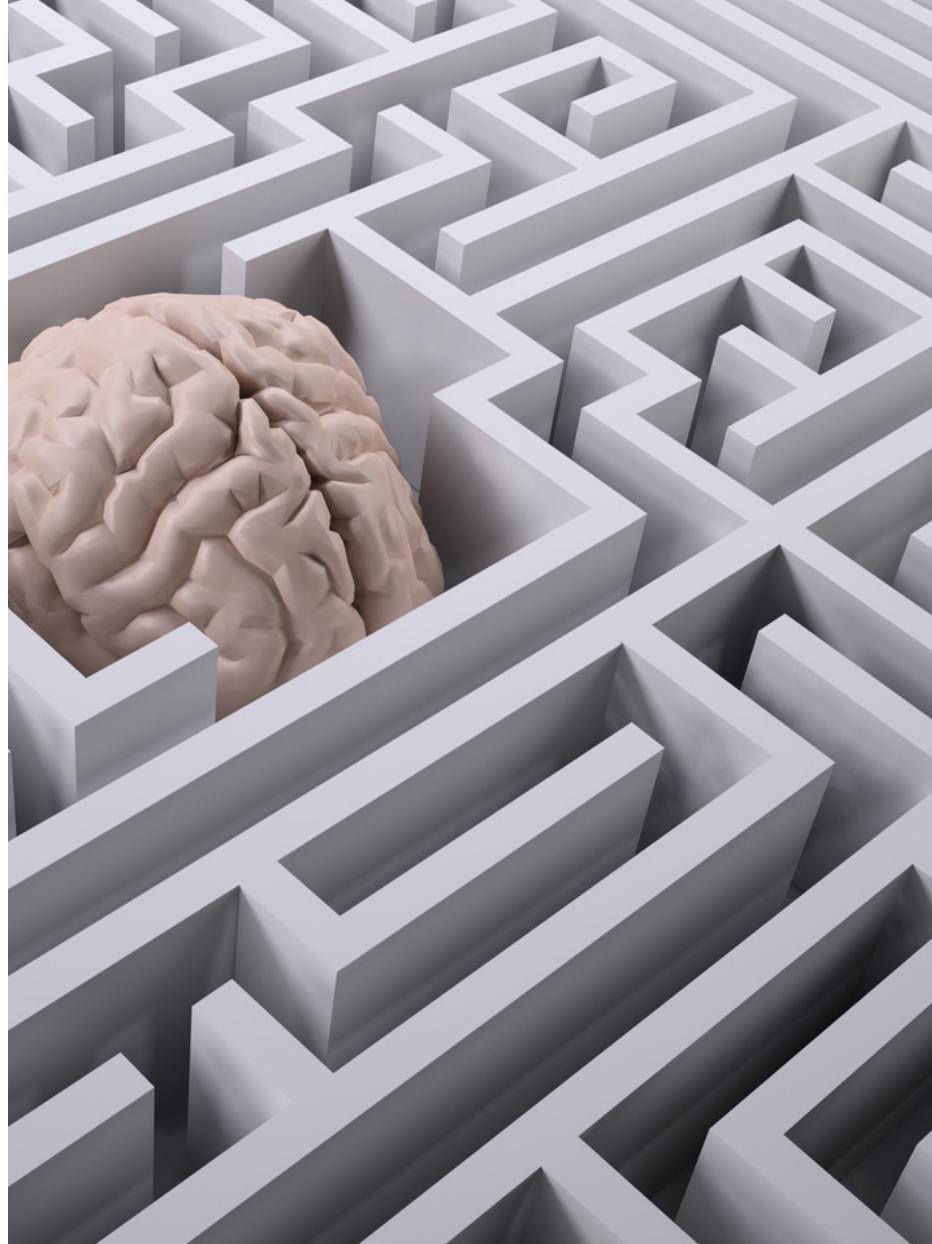
2. SABIO



The New York Times

Google

CLINIQUE



2. SABIO



Actitud de marca: Generar el cambio en la persona

Modelo de negocio: Motivación

Cliente: Es inquieto, busca el cambio y la evolución

Estrategia: Sorpresa, nuevas experiencias

Colores: Rojo, marrón, verde

3. EXPLORADOR



MÁDARA
organic skincare

3. EXPLORADOR

Actitud de marca: Romper con lo establecido

Modelo de negocio: Sacar el lado salvaje

Cliente: Inconformista, huye de los convencionalismos.

Estrategia: Emoción con adrenalina

Colores: Negro, rojo, naranja

4. REBELDE / FORAJIDO





• Rat Hon D •

4. REBELDE / FORAJIDO





Actitud de marca: Transformar la vida diaria en una experiencia

Modelo de negocio: Inspiración

Cliente: Busca estatus, el llegar a ser

Estrategia: Crear deseos y expectativas

Colores: Negro, gris, morado

5. MAGO



ALICEINBEAUTYLAND®

NATURAL COSMETICS

5. MAGO

Actitud de marca: Luchar por tus objetivos

Modelo de negocio: Superación de uno mismo

Cliente: Busca "ser el mejor", empoderarse

Estrategia: Nuevos desafíos, ego

Colores: Negro, rojo, azul, gris



6. HÉROE



6. HÉROE



Actitud de marca: Vivir la vida con pasión

Modelo de negocio: Seducción

Cliente: Busca sentirse deseado y atractivo.

Estrategia: Fomentar la autoestima del consumidor y que se sienta especial

Colores: Negro, rojo, fucsia

7. AMANTE



7. AMANTE

Actitud de marca: Disfruta del momento al máximo

Modelo de negocio: Divertir y pasárselo bien

Cliente: Busca evadirse y pasar un buen rato

Estrategia: Buen humor, lenguaje cómico

Colores: Naranja, amarillo, rojo, azul intenso

8. BUFÓN



Mixta

mustache puterful

8. BUFÓN





Actitud de marca: Llegar a todos los públicos

Modelo de negocio: Empatía

Cliente: Busca sentirse "como en casa" y huye de los lujos.

Estrategia: Fomentar la empatía, confianza y el realismo.

Colores: Azul, rojo y amarillo

9. HOMBRE COMÚN



FOREO

9. HOMBRE COMÚN

Actitud de marca: Protégete a ti
y a quienes más quieress

Modelo de negocio: Cuidar lo
que más quieress

Cliente: Busca la protección y
seguridad para sí y los suyos

Estrategia: Experiencia de
seguridad y confort

Colores: Azul, gris y rojo

10. CUIDADOR





10. CUIDADOR



Actitud de marca: El poder a través del estatus

Modelo de negocio: Ego

Cliente: Busca sentirse exclusivo, líder y poderoso

Estrategia: Fomentar la exclusividad, el estatus y el pertenecer a la clase social alta

Colores: Negro, dorado, azul marino, granate

11. GOBERNANTE



Mercedes-Benz

11. GOBERNANTE

Actitud de marca: Si lo puedes imaginar, lo puedes crear

Modelo de negocio: Innovación y creatividad

Cliente: Busca la calidad y el estar siempre "a la última"

Estrategia: Transmiten inspiración y superación

Colores: Negro, blanco, gris, rojo





12. CREADOR

¿Cuál es el tuyo?

