

the brand experience

parte 2 lo que haces

La segunda parte es sobre lo que haces

1. ¿Qué haces?

Describe el producto o servicio que ofreces

2. ¿Qué haces realmente?

¿Cuáles necesidades estás cubriendo con lo que haces?

the brand experience

parte 2
lo que haces

propuesta única de valor (puv)

3. ¿Por qué tus clientes deberían comprarte a ti sobre la competencia?

¿Cuáles son los beneficios de comprarte a ti?

4. ¿Cuales valores/características de tu personalidad son parte de tu marca?

5. Bragging rights

¿Qué has logrado hasta ahora que te hace especial?

the brand experience

parte 2
lo que haces

encontrando tu
ventaja competitiva

Competencia

Fortaleza

Necesidades cubiertas Como te comparas

the brand experience

parte 2
lo que haces

encontrando tu
ventaja competitiva

6. ¿Cual es tu Ventaja Competitiva?

¿En cuales áreas eres más fuerte que tu competencia?

definiendo la
declaración de posicionamiento

para **[mercado objetivo]**, **[la marca]** es la **[ventaja competitiva]**
de todos **[marco de referencia]** porque **[propuesta única de valor]**

7. Escribe tu Declaración de Posicionamiento