



  
**arminda**  
BRANDING & COMMUNICATION

# AUTOANÁLISIS DE MARCA

Guía para descubrir  
si tu marca  
necesita renovarse

+ tips

¡COMPARTE ESTE DOCUMENTO SI PIENSAS QUE ALGUIEN LO PUEDE USAR!

# ¡Gracias!

---

Muchas gracias por descargar la GUÍA PARA DESCUBRIR SI TU MARCA NECESITA RENOVARSE. Si lo has hecho es porque sientes que algo no está funcionando con tu marca o quieres estar seguro de estar haciendo las cosas bien.

Recuerda, una marca no es el logo que la representa, es mucho más. Este cuestionario te ayudará a autoanalizar los aspectos esenciales de tu marca. Además, incluye tips para seguir los pasos necesarios si has descubierto que tu marca necesita renovarse. ¿Estás listo?

- 1** ¿Cuántos años tiene tu logo?

1-5 años	3 puntos
6-10 años	2 puntos
11 años o más	1 punto
  
- 2** ¿Quién diseñó tu logo?

Un profesional del diseño gráfico	2 puntos
Alguien no profesional /sin experiencia (tú, un amigo, familiar, etc.)	1 punto
  
- 3** ¿Tienes el logo en alta resolución?

Sí	2 puntos
No	1 punto
  
- 4** ¿Tienes el logo en jpg, png, .ai, etc.?

En todos los formatos	3 puntos
En alguno de los formatos	2 puntos
No	1 punto
  
- 5** ¿Cuántos logos tienes/usas? (sí, a veces vemos marcas con varios)

1 logo	3 puntos
2 o más	1 punto
  
- 6** ¿Quién diseñó tu logo/identidad, ¿te consultó acerca de los valores, la misión, la visión y objetivos de tu empresa?

Sí	2 puntos
No	1 punto
  
- 7** ¿Estás recibiendo los clientes que consideras ideales?

Sí	2 puntos
No	1 punto
  
- 8** ¿El tipo de cliente que tienes actualmente es el mismo que cuando comenzaste a usar la identidad de tu marca?

Sí	3 puntos
No	1 punto
  
- 9** ¿La identidad de tu marca fue creada usando la Psicología del color?

Sí	2 puntos
No	1 punto
  
- 10** ¿Tus productos/servicios han cambiado con el tiempo mientras que tu logo sigue siendo el mismo?

Sí	1 punto
No	3 puntos
  
- 11** ¿Has tenido algún problema con la reputación de tu marca?

Sí	1 punto
No	3 puntos

- 12** ¿Deseas incursionar en nuevos mercados?
- |    |          |
|----|----------|
| Sí | 1 punto  |
| No | 2 puntos |
- 13** ¿Tu logo/fotos/gráficos se parecen mucho a los de otra marca?
- |    |          |
|----|----------|
| Sí | 1 punto  |
| No | 3 puntos |
- 14** ¿Crees que tu marca da el mensaje que deseas promover?
- |    |          |
|----|----------|
| Sí | 2 puntos |
| No | 1 punto  |
- 15** ¿Tiene tu logo degradés, muchos elementos, muchos colores, 3D, itálicas?
- |    |          |
|----|----------|
| Sí | 1 punto  |
| No | 2 puntos |
- 16** ¿Tiene tu logo alguna de estas 27 fuentes (seguir link)?
- |    |          |
|----|----------|
| Sí | 1 punto  |
| No | 2 puntos |
- 17** ¿Tienes planes para internacionalizar tu marca?
- |    |          |
|----|----------|
| Sí | 1 punto  |
| No | 2 puntos |

---

## ¿Cómo interpretar tus resultados?

Suma los puntos obtenidos por cada respuesta. Si tus resultados están entre...

17 - 26 puntos

¡Necesitás ayuda!  
Tu marca necesita ser revisada.

27 - 34 puntos

Tu marca está bastante bien  
pero deberías analizar algunos  
puntos específicos.

35 - 41 puntos

Actualmente tu marca está bien.  
Recuerda revisar tus respuestas a  
este cuestionario una vez al año.

## ¿y ahora qué?

---

Este test es a modo orientativo. Tiene el propósito de despertar tu interés en el funcionamiento de tu marca.

Existen muchos factores a tener en cuenta a la hora de poner a prueba una marca y muchas veces exceden las posibilidades de ponerlos en un formulario.

Pasa a la siguiente página donde encontrarás algunos Tips que te van a ayudar para tomar acción de acuerdo a los resultados que hayas obtenido.

# tips

---

Acá te dejamos algunos tips e información importante para que analices tus respuestas.

- Si tu logo tiene entre 7 - 10 años es muy probable que haya envejecido.
- Si tu logo fue hecho por alguien que no se dedica a ello profesionalmente es casi seguro que haya que actualizarlo. Si lo hicieron en un programa como Word o Power Point definitivamente tienes que actualizarlo. No hay que despreciar a ese sobrino que se da maña con el diseño pero crear una marca es mucho más que el diseño de un logo. Crear una marca requiere de investigación y estrategia.
- Es MUY importante tener tu logo y otros elementos gráficos en alta resolución y en una variedad de formatos. Necesitas contar con estos archivos para poder colocarlos en las diferentes plataformas tanto digitales como print.
- Es muy común ver marcas que usan más de un logo a la vez. Tienen uno en las bolsas, el que le hizo la hija de una amiga en las redes sociales, otro en la página web. Esto es dañino para la marca ya que el cliente no podrá asociar tu marca a una imagen específica. Si tienes más de un logo tienes que cambiar eso ¡ya!
- Los tiempos cambian, la gente también. Tus clientes cambian, evolucionan. Sus gustos se modifican. Tu intuición y un profesional del diseño y el branding te van a decir si tu cliente ya cambió y tu marca no se adapta a sus expectativas.
- El color importa. Hay cientos de estudios tanto de psicología como de marketing que prueban el impacto de los colores en el ser humano. La Psicología del color provee herramientas para desarrollar marcas que logren impactar al cliente porque transmiten correctamente el mensaje de la marca.
- Si entre tus planes está internacionalizar tu marca es imperativo que hagas una revisión de ella. Muchos colores, nombres e imágenes pueden tener diferentes mensajes en diferentes países. Algunos de estos mensajes pueden ser ofensivos y si este es el caso, hay que cambiar la identidad de tu marca aunque esté funcionando en el país donde nació.
- La identidad de tu marca va mucho más allá de un logo, una foto o una linda bolsa. Esas son las cosas que se ven. Lo que no se ve es importante también, es la base para desarrollar todo lo que se ve. Para colocar la cereza a un postre primero tienes que hacer el postre.

---

¡CREAMOS MARCAS!

Si tu marca necesita ser renovada tenemos las herramientas para hacerlo.

¡Consúltanos!  
[www.helloarminda.com](http://www.helloarminda.com)

---