

SESIÓN INFORMATIVA
-briefing-

DISEÑO DE IDENTIDAD VISUAL

CLIENTE

1. EL ADN DE TU MARCA

Acerca de tu marca

1. Responde lo siguiente porfa.

<input type="text"/>
NOMBRE
<input type="text"/>
PRODUCTO / SERVICIO
<input type="text"/>
GIRO
<input type="text"/>
LOCALIZACIÓN

Escribe la historia de tu proyecto

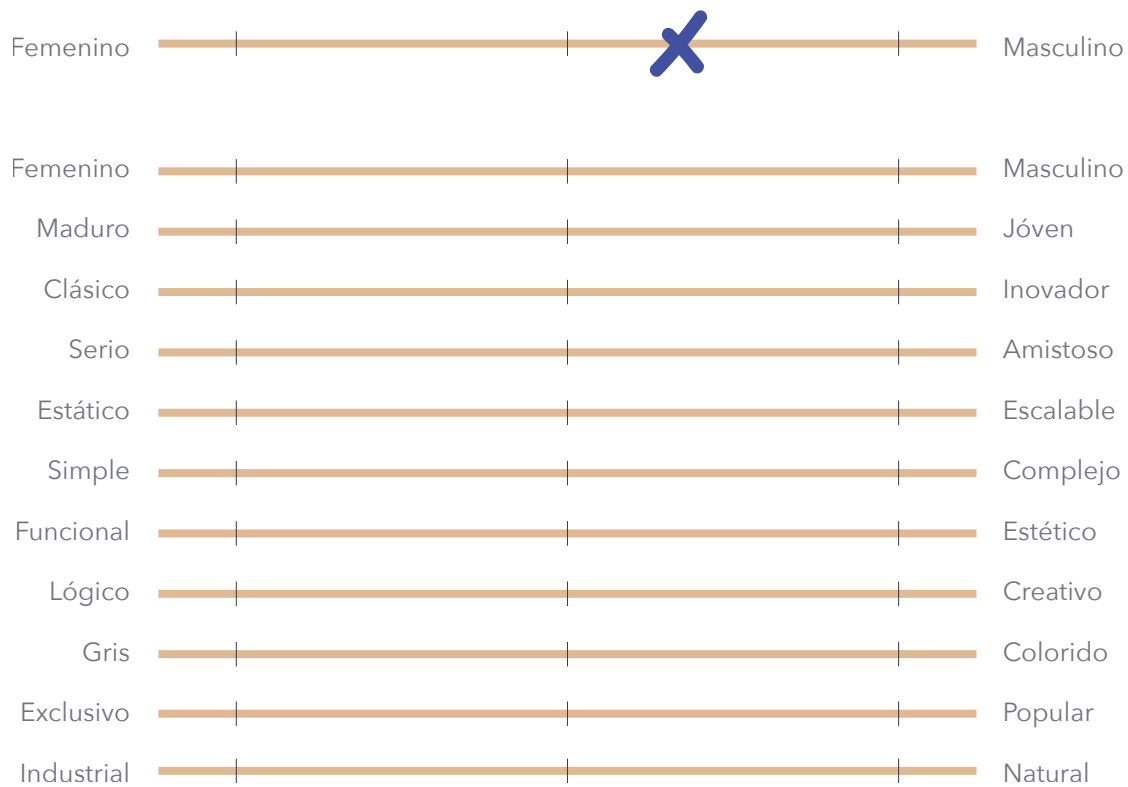
Escribe 5 adjetivos que definan tu marca.

<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

1. EL ADN DE TU MARCA

¿Cómo visualizas tu marca?,
¿qué dice tu marca, cómo hace sentir al público?

2. Marca el punto de los extremos en el que identificas tu marca



3. ¿Si fuera un personaje famoso, quién sería?

1. EL ADN DE TU MARCA

¿Cuál es el valor de tu trabajo?,
¿qué quieres comunicar a tu público?

4. Escribe
la VISIÓN de
tu marca



VALORES

6. Tres valores que te definan.

5. ¿Cuál es tu objetivo profesional?
¿Por qué estás haciendo esto?



1

2

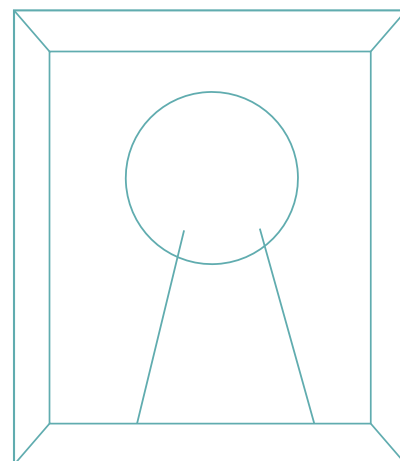
3

2. TÚ PÚBLICO IDEAL

Acerca de tu público

7. Responde lo siguiente porfa.

<input type="text"/>
Localización
<input type="text"/>
Rango de edad
<input type="text"/>
Género

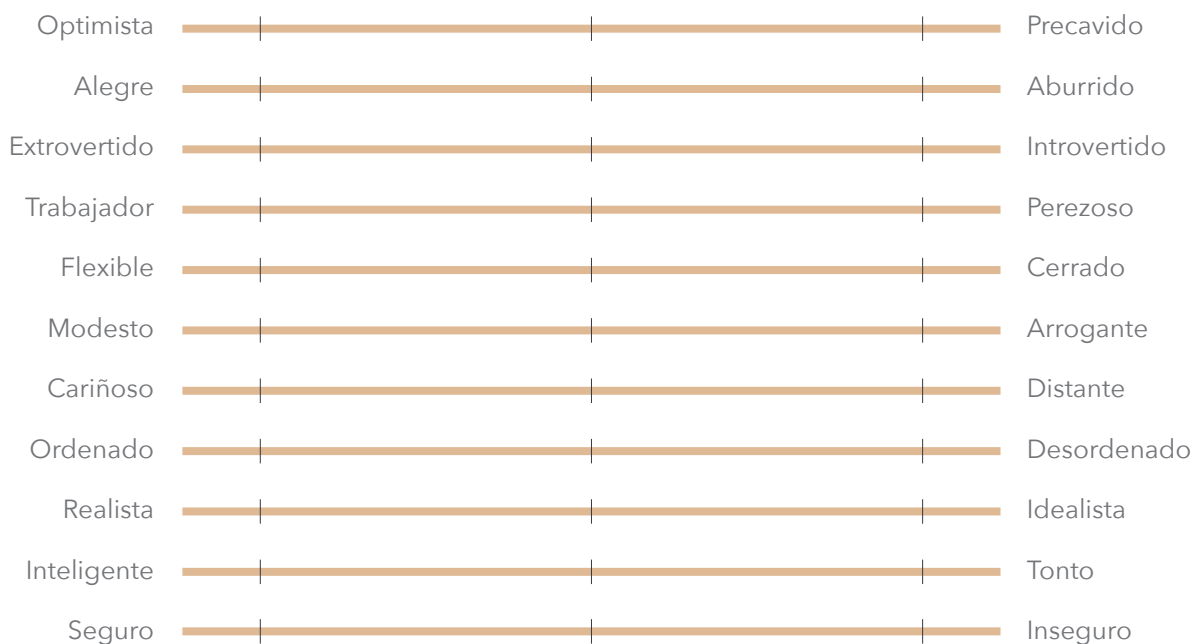


8. Si le pudieras poner cara, ¿quién sería tu público ideal?

Algún personaje famos@ que se te ocurra, alguien a quien te recuerde.

¿Quién es tu público ideal?

9. Marca en que punto de entre los extremos lo identificas.



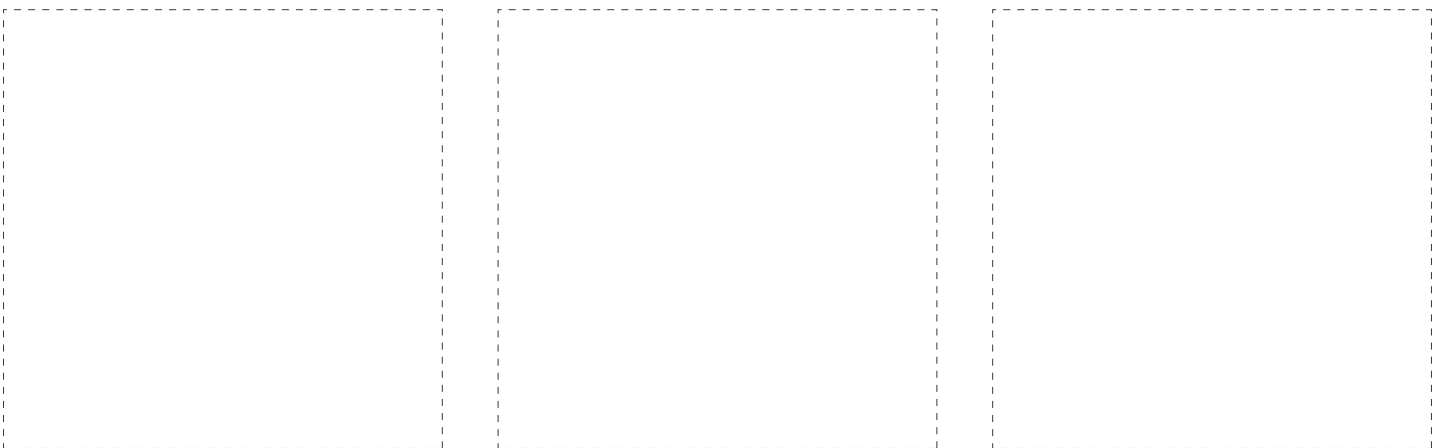
2. TÚ PÚBLICO IDEAL

¿Conoces a tu público?,
¿cuáles son sus necesidades,
qué podría interesarle de tu marca?

10. Describe cinco cosas que tú público ideal podría necesitar de ti.

1.
2.
3.
4.
5.

11. En imágenes, ¿qué motivaciones e intereses tiene tu público ideal?

Three empty dashed boxes arranged horizontally, intended for drawing or writing about the motivations and interests of the ideal audience.

12. ¿Quién es el peor enemigo de tu marca?