



# BRAND C.O.D.E

DALE PERSPECTIVA, VISIÓN Y  
ESTRUCTURA A TU MARCA



¡Hola!

Bienvenida a: **BRAND C.O.D.E.**

A veces encontrar claridad y perspectiva, sólo es cuestión de contestar a las preguntas correctas.

**BRAND C.O.D.E.** es el corazón del Método Red Ruby Sphere, el mismo método con el que trabajo junto a mis clientes 1:1 para lograr obtener los resultados esperados: Una Marca y presencia en línea auténtica y original que conecta y atrae a sus clientes ideales ofreciendo resultados y proporcionando valor. Un verdadero win-win en todas direcciones.

Toda **MARCA** necesita contar con **PERSPECTIVA, VISIÓN y ESTRUCTURA**

**BRAND C.O.D.E.**, te va a servir como una guía para lograr poner luz en la dirección correcta y avanzar con tu emprendimiento de la mejor manera, sintiéndote plena y feliz.

Toma tu libreta favorita y comienza con mente y corazón abierto, a contestar a las siguientes preguntas.

¡Éxito y comencemos!



*afma.*







**BRAND C.O.D.E.**



ESENCIA



## LA ESENCIA EN TU MARCA

*La Esencia de tu Marca es el alma de tu negocio, lo que existe en su núcleo, el por qué y para qué detrás de todo lo que haces y la razón por la que sigues adelante.*

Comencemos. Reflexiona y contesta:

a) Imagina un mundo ideal, en el que todo lo que sueñas es posible.

¿Cómo sería el mundo si pudieras trabajar con todas las personas que necesitan de ti, de tus productos y servicios? Describe todo lo que sería mejor, lo que sería posible, todo lo que cambiaría:

b) Retrocede un poco en el tiempo. Haz memoria.

¿Qué momentos de tu vida han sido los que han tenido mayor impacto e influencia en lo que ahora es tu presente? Enlista cada suceso, cada acontecimiento, cada momento:



## LA ESENCIA EN TU MARCA

c) Imagina tu día ideal de principio a fin.

¿Cómo sería tu día ideal, a qué hora despiertas, qué haces después de despertar, a qué hora comes tu primera comida, qué comes, a qué hora comienzas a trabajar, en dónde, cómo se vé ese lugar, quienes están a tu alrededor, qué haces, qué ya no haces, ahora cómo lo haces, por qué?

Describe todo tu día, el mejor de todos, entre más detalles mejor:

d) Imagina que tu marca cobra vida por sí misma.

¿Qué clase de valores la describen mejor? ¿Qué tipo de valores la caracterizan? ¿Qué valores la hacen resaltar? Si necesitas ayuda, apóyate en la lista de la página siguiente.



## LISTA DE VALORES

Aceptación	Comunidad	Equilibrio	Intensidad	Reconocimiento
Adaptabilidad	Conciencia	Esperanza	Intuición	Rendimiento
Alegría	Conexión	Espiritualidad	Juego	Resiliencia
Ambición	Confiabilidad	Espontaneidad	Justicia	Resistencia
Apertura	Confianza	Estabilidad	Lealtad	Respeto
Aprendizaje	Conocimiento	Estructura	Liderazgo	Responsabilidad
Armonía	Consistencia	Experiencia	Limpieza	Restricción
Asertividad	Consuelo	Exploración	Madurez	Rigor
Atención	Convicción	Expresión	Maestría	Sabiduría
Audacia	Coraje	Fama	Mejoramiento	Salud
Autoconfianza	Creatividad	Franqueza	Moderación	Seguridad
Bondad	Crecimiento	Generosidad	Oportunidad	Sensibilidad
Calidad	Curiosidad	Gratitud	Optimismo	Sentido común
Calma	Decisión	Habilidad	Organización	Simplicidad
Caridad	Determinación	Humildad	Orientación a Resultados	Soberanía
Certeza	Disciplina	Humor	Paciencia	Sostenibilidad
Colaboración	Eficacia	Igualdad	Pasión	Tolerancia
Compasión	Eficiencia	Independencia	Pensamiento	Trabajo
Competencia	Empatía	Individualidad	Presencia	Tradicición
Comprensión	Energía	Innovación	Productividad	Transparencia
Compromiso	Enfoque	Integridad	Propósito	Verdad
Comunicación	Entusiasmo	Inteligencia	Realización	Vitalidad





## LA ESENCIA EN TU MARCA

e) ¿Cuál de los siguientes valores universales podrían ser el núcleo de tu Marca, y por qué?

- **AUTODIRECCIÓN:** Pensamiento y acción independientes, escoger, crear, explorar.
- **ESTIMULACIÓN:** Emoción, novedad y desafío en la vida.
- **HEDONISMO:** Placer o gratificación sensual.
- **LOGRO:** Éxito personal a través de la demostración de la competencia de acuerdo a los estándares sociales.
- **PODER:** Estatus social y prestigio, control o dominio sobre las personas y los recursos.
- **SEGURIDAD:** Seguridad, armonía y estabilidad de la sociedad, de las relaciones y de uno mismo.
- **CONFORMIDAD:** Restricción de acciones, inclinaciones e impulsos que puedan molestar o dañar a otros y violar las expectativas o normas sociales.
- **TRADICIÓN:** Compromiso y aceptación de las costumbres e ideas que la cultura o la religión de uno proporciona.
- **BENEVOLENCIA:** Preservar y mejorar el bienestar de aquellos con los que uno está en contacto personal frecuente.
- **UNIVERSALISMO:** Comprensión, apreciación, tolerancia, y protección para el bienestar de todas las personas y de la naturaleza.

*De acuerdo a la teoría de los valores humanos de Shalom H. Schwartz*



## LA ESENCIA EN MI MARCA

*Notas:*



# DIFERENCIA



## LA DIFERENCIA EN TÍ

*Veamos con mejor claridad lo única y especial que es tu Marca.*

*Reflexiona y contesta:*

a) ¿Qué es lo que tus clientes pueden encontrar al trabajar contigo, que no encuentran fácilmente en otras opciones de tu industria?

b) Todos tenemos una manera particular de ver la vida. ¿Qué es algo que encuentras como común denominador entre tu punto de vista y el de tus clientes, que otros ignoran por completo?



## LA DIFERENCIA EN TÍ

c) ¿Qué es algo que hay en tí, que motiva, inspira o llega a ser aspiracional para tus clientes ideales?

d) ¿Cuál es tu mezcla de Arquetipos de Marca? ¿Cómo se refleja tu propia mezcla de Arquetipos de Marca en el Branding de tu negocio? Apóyate en las descripciones de las páginas siguientes.

Si todavía no conoces tus Arquetipos de Marca, descúbrelos aquí:

[Descubre tus Arquetipos](#)



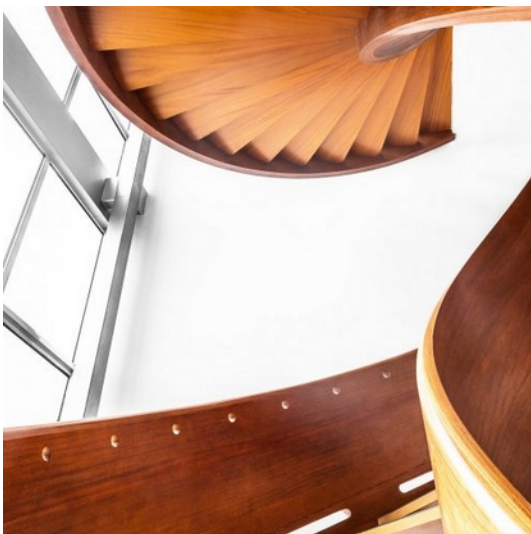


## ACTIVISTA

El arquetipo de marca Activista se impulsa sabiendo que es posible romper con el status quo. La misión de esta familia de arquetipos no siempre tiene que ser social o política, también puede ser una misión personal cuando se aplica a situaciones de resistencia al cambio. No se trata de enojo y rebeldía sin sentido, se trata de un verdadero despertar.

## APASIONADA

El arquetipo de marca Apasionada posee una desmesurada apreciación por la belleza y colaboración cercana. Se basa en emociones intensas que trascienden con el tiempo y despiertan los sentidos manifestando que el amor es lo máximo que este mundo terrenal nos puede ofrecer. Para esta familia de arquetipos no existe el vacío, el amor lo cubre y llena todo.



## ARTÍSTICA

El arquetipo de marca Artística y su familia, se distinguen por su capacidad de expresión, creatividad y enfoque. Cuentan con una fuente de inspiración innata. Aceptan el concepto amplio y vasto del arte, desde la música, lenguaje, baile, arquitectura, pintura, etcétera. Cada estilo y cada corriente es admirada y respetada por ser única y especial. El artista es un genio con estilo.





## EXPLORADORA

El arquetipo de marca Exploradora es motivado por un fuerte deseo por nuevas experiencias y hará todo lo posible para evitar sentirse atrapada o aburrida aún y si esto significa entrar en etapas de incertidumbre al no saber qué pasará o a dónde llegará en esa nueva dirección. Lo que quiere es expandir su horizonte y derrumbar cualquier barrera o frontera.

## HEROÍNA

El arquetipo de marca Heroína, es uno de los más fáciles de reconocer a nuestro alrededor, muchos podemos nombrar a los héroes y heroínas de nuestra comunidad y sociedad. A la heroína la motiva el deseo de adquirir conocimiento y está dispuesta a sacrificarse y pagar el precio para lograr lo que se propone y transformarse a sí misma.



## IDEALISTA

El arquetipo de marca Idealista se impulsa sabiendo que vivir en un mundo mejor, si es posible. Le encanta inspirar a otros para que ellos mismos busquen y encuentren su propio lugar ideal. Es entusiasta, altruista, sabe cooperar y actúa con respeto hacia los demás. Encuentra satisfacción en el bienestar de los demás y es un catalizador del cambio positivo.







## JUGUETONA

El arquetipo de marca Juguetona es una chispa de vida que busca aligerar el mundo. A esta familia de arquetipos le encanta jugar, hacer bromas, ser chistosa, divertida y de vez en cuando poner el mundo de cabeza. Sabe apreciar lo bueno de la vida, los cambios y las sorpresas. Despierta un mundo nuevo de posibilidades que va más allá de las normas y estipulaciones.

## LÍDER

El arquetipo de marca Líder junto con su familia de reinas y embajadoras, poseen un aura para el orden y la organización. Son el modelo a seguir, las de comportamiento sofisticado y correcto. Les gusta la tradición, el status y las buenas costumbres. También son ejemplo de la benevolencia y la serenidad. Tiene la visión de lo que puede ser obtenido mediante la cooperación.



## MÁGICA

El arquetipo de marca Mágica y su familia de alquimistas, científicas e ingenieras tienen la capacidad de soñar en grande. Cuenta con una desarrollada intuición e inteligencia. Tienen elevada curiosidad por lo que no se puede ver a plena vista. Trabaja y transforma con la verdad para crear resultados asombrosos. Le gusta experimentar y vive una vida lejos de lo ordinario.







## MENTORA

El arquetipo de marca Mentora, es en su esencia una maestra y entrenadora que apoya el aprendizaje y el desarrollo personal de a quien prepara para afrontar las dificultades y los retos que presenta la vida. Entiende las ventajas de reflexionar, escribir pensamientos y vivencias, llevar registros de datos y llegar al fondo de la verdad.

## REALISTA

El arquetipo de marca Realista se impulsa por un profundo sentido de integridad, justicia, igualdad y responsabilidad hacia su comunidad. Construye y cultiva alianzas y comunidades. Encuentra significado al alinear sus creencias con sus acciones. Busca crear conexiones y disfrutar de una tribu en donde existe un vínculo auténtico y genuino.



## SANADORA

El arquetipo de marca Sanadora se deleita al proteger y ayudar a los demás, se caracteriza por ser generosa y por tener una hermosa actitud de servicio. Encuentra la felicidad en actividades de servicio social, es altruista, paciente. Provee asistencia, cuidados y cariño haciendo la diferencia desde el centro de su comunidad y por eso muchos la admiran.



## LA DIFERENCIA EN MI

*Notas:*



OFERTA



## LA OFERTA IDEAL

*Ahora veamos qué clase de Oferta sería la mejor para tí.*

*¿Qué tal te parece ofrecer lo que más te gusta hacer, trabajando con las personas que mejor te saben valorar?*

*Bueno, encontrar justo esta mezcla es una de mis especialidades, así que continuemos.*

*Reflexiona y contesta:*

a) Describe el mejor cliente que has tenido. Tu favorit@.

b) ¿Por qué te encantó trabajar con el/ella?



## LA OFERTA IDEAL

c) ¿Cuáles fueron las partes de tu trabajo en las que de plano se te fué el tiempo, lo que más te gusta hacer, en dónde entras a “the zone” o “the flow” y de verdad pierdes noción del tiempo y espacio? ¿Qué es lo que más te gusta y disfrutas hacer?

d) ¿Por cuáles razones te gustaría ser conocida por lo demás?

e) ¿Cuál es el resultado final que esperas que tus clientes obtengan al trabajar contigo?



## LA OFERTA IDEAL

f) ¿Cuál es tu producto o servicio más famoso o popular?

g) ¿Qué es lo que más les gusta a tus clientes favoritos de este producto o servicio?

h) ¿Qué es lo que te piden que consideres agregar? y ¿Qué es lo que te gustaría quitar de la oferta?



## MI OFERTA IDEAL

*Notas:*



# COMUNICACIÓN





## EL PLAN PARA COMUNICARLO

*Una gran marca, con una excelente oferta, necesita ver la luz y su mundo necesita saber de su existencia.*

*Veamos cuál sería la mejor manera de comunicarlo con tu audiencia y tus clientes.*

a) ¿Cuáles son los síntomas que presenta tu audiencia, cuáles son las señales que sirven para identificar que claramente, ellos se benefician al trabajar contigo para solucionar todo eso?

b) ¿Qué forma parte de tu método o proceso actual, que puede ser digno de compartir con lo demás, para que puedan comprender mejor tu oferta?



## EL PLAN PARA COMUNICARLO

c) ¿Qué clase de contenido o material puedes crear, que pueda hablar y poner luz exactamente en este tipo de síntomas, problemas y posibles soluciones?

d) ¿Con qué contenido puedes brindar valor a tu audiencia? ¿De qué necesitan escuchar?

e) ¿Cómo puedes invitarlos a tomar acción y dar el siguiente paso?



## EL PLAN PARA COMUNICARLO

f) ¿De qué temas necesitas hablar para que, como consecuencia, tu audiencia se incline con gusto a leer más sobre tu oferta?

g) ¿Qué tipo de contenido creas con mayor facilidad y gusto?

h) ¿Cómo puedes infundir aún más tus contenidos con la esencia y diferencia en tu Marca?



# MI PLAN DE COMUNICACIÓN

*Notas:*





Contia enti





ESTRATEGIA DE MARCA & DISEÑO WEB

*Para coaches & emprendedoras con  
visión e ideales.*

Sé tú misma a propósito y avanza con perspectiva, visión y estructura.

Servicios

Contacto

ACTIVA & ALINEA TU MARCA

**DESCUBRE QUIÉN ERES  
Y HAZLO CON PROPÓSITO**

Descubre tus  
Arquetipos

Activa tu Ventaja Natural & Atrae a tus Clientes desde el alma en 7 pasos.



¡Bien hecho! ¡Me da mucho gusto que estés avanzando!

Recuerda:

- Emprender es todo un camino y un proceso.
- Las respuestas a todo lo que buscas están dentro de ti
- La confirmación a todas nuestras respuestas, las vemos a lo largo del camino.
- Lo importante es avanzar, etapa por etapa y disfrutar del camino paso a paso.

Mi intención con **BRAND C.O.D.E.** es proporcionarte una guía que te ayude a encontrar la respuesta y dirección que estás buscando.

Cuando estés lista para platicar, dar el siguiente paso y seguir avanzando con tu emprendimiento, [escíbeme un eMail](#) o contáctame por medio del [formulario](#) y cuéntame todo, será todo un honor conocer más de ti y de tu proyecto.



*afma.*





Por si todavía no me conoces :)

Hola, yo soy Alma :)

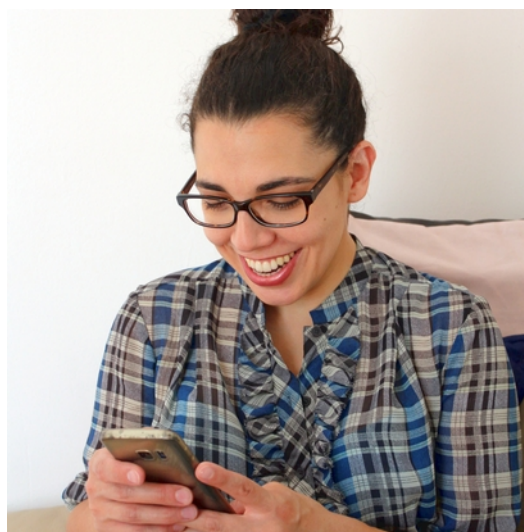
Como Coach de Marca, estratega y diseñadora web, disfruto trabajar junto a coaches, consultoras y emprendedoras con visión e ideales, creando conexiones y atrayendo a sus clientes con integridad y autenticidad (sin tener que depender de estrategias incómodas, incongruentes, y cuando quieres, incluso sin tener que usar redes sociales).

Mediante la creación de marcas, conceptos genuinos y el diseño estratégico, nuestra finalidad es alcanzar sueños en armonía y generar resultados holísticamente disfrutando de la libertad y la plenitud que nos dá el ser uno misma.

Muchas gracias por estar aquí

Mucho éxito y sigamos avanzando,

*alma.*



Marca & Diseño Web

[Visita la página de Servicios](#)

Cursos & Programas

[Cursos y Programas en línea](#)

Enviar eMail

[Cuéntame de ti](#)







PROFUNDIZA & AVANZA

# EMMA

Esencia. Mercado. Mensaje. Autenticidad.

---

Para coaches, consultoras y emprendedoras que desean resultados, claridad, alineación y estructura.  
Para quienes están dispuestas a profundizar y avanzar.

Conoce EMMA



Este material es sólo para tu uso Personal

Red Ruby Sphere by Alma Seidel  
*Mindful Brand & Business*

TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS

© Alma Seidel

