Auditoría de Coherencia de Marca

Studio G Creative

Para detectar posibles quiebres
de identidad

STUDIO G

Instrucciones

Lee cada bloque y responde sí / no / no estoy seguro.
Si marcas “no” o “no estoy seguro” en varios puntos, no significa que tu marca esté mal, significa que hay incoherencias que vale la pena revisar.

ESENCIA

Evalúa si tu base está clara y se mantiene.
- ¿Tu marca tiene un propósito definido más allá de vender?
- ¿Podrías explicar en una frase por qué existe?
- ¿Esa razón sigue siendo la misma desde que empezaste?
- ¿Tu audiencia podría describir tu marca sin ver tu logo?

Si dudas aquí, el problema no es visual, es conceptual.

MENSAJE

Evalúa lo que dices y cómo lo dices.
- ¿El mensaje central de tu marca se repite en tus contenidos?
- ¿Hablas siempre desde el mismo enfoque o cambias según la tendencia?
- ¿Tu tono es reconocible (aunque cambie el formato)?
- ¿Tu marca comunica una idea clara o muchas ideas sueltas?

La incoherencia de mensaje genera confusión, no alcance.

EXPERIENCIA

Evalúa lo que la gente vive al interactuar contigo.
- ¿La experiencia que prometes es la que entregas?
- ¿Tu Instagram, web y servicio se sienten parte de la misma marca?
- ¿El proceso con tu marca es claro o improvisado?
- ¿El cliente sabe qué esperar de ti?

Las marcas se recuerdan más por lo que se vive que por lo que se ve.

DECISIONES

Evalúa cómo decides.
- ¿Tomas decisiones por estrategia o por presión externa?
- ¿Has cambiado cosas clave solo porque “el mercado lo pidió”?
- ¿Filtras oportunidades antes de decir que sí?
- ¿Tu marca sabe decir que no?

Crecer sin filtro es una de las formas más rápidas de perder identidad.

COHERENCIA GLOBAL

Mira la marca como un sistema.
- ¿Todo lo que haces responde a la misma intención?
- ¿Podrías quitar algo sin que la marca pierda sentido?
- ¿Tu marca se reconoce incluso sin explicar demasiado?
- ¿Sientes que tu marca está alineada contigo hoy?

La coherencia no se nota cuando está.
Se nota cuando falta.

INTERPRETACIÓN
- Si la mayoría son sí = tu marca está consolidándose
- Si hay muchos no / no estoy seguro = tu marca necesita estructura
- Si sientes confusión = no es fracaso, es falta de dirección

La coherencia no se improvisa.
Se diseña.

En Studio G trabajamos la coherencia como sistema:
identidad, mensaje, experiencia y decisión.
No para que tu marca se vea “bonita”,
sino para que se sienta clara, sólida y reconocible.