MAPA DEL SISTEMA DE MARCA

Studio G Creative

Detecta el error invisible antes
de lanzar o escalar

STUDIO G

INTRODUCCIÓN

Muchas marcas fracasan no porque el producto sea malo,
sino porque no funcionan dentro del sistema que las sostiene.

Este recurso te ayudará a identificar si tu marca:
- Hace ganar al cliente
- Hace ganar al canal
- Y se sostiene en el tiempo

Antes de diseñar, vender o escalar, mapea el sistema completo.

PASO 1 · IDENTIFICA TU SISTEMA DE MARCA

Una marca no existe sola.
Funciona dentro de un ecosistema de actores.

Completa cada bloque con honestidad estratégica.

1. Cliente final

- ¿Quién consume tu producto o servicio?
- ¿Qué problema real resuelve tu marca para él?
- ¿Qué hace que vuelva a comprar?
- ¿Consume una vez o necesita repetición?

2. Canal / Plataforma

¿Dónde se vende tu marca?

(Ej: tienda física, Instagram, web, marketplace, distribuidor)
- ¿Qué gana el canal con tu producto?
- ¿Tu marca facilita o dificulta la venta?
- ¿Aumenta o reduce la rotación?

3. Intermediarios

¿Hay alguien entre tú y el cliente?

(Ej: tenderos, vendedores, afiliados, plataformas)
- ¿Cómo gana dinero este actor?
- ¿Le conviene impulsar tu marca?
- ¿Qué pasaría si dejara de hacerlo?

4. Proveedores / Operación

- ¿Quién hace posible tu producto o servicio?
- ¿Tus costos permiten crecer?
- ¿Tu diferencial encarece innecesariamente la operación?
- ¿Puedes sostener calidad sin perder margen?

5. Tu marca

Tú como sistema central.
- ¿Dónde está realmente tu ganancia?
- ¿Qué parte del sistema depende solo de ti?
- ¿Qué tan escalable es tu modelo actual?

PASO 2 · TEST DE RENTABILIDAD ESTRATÉGICA

Marca con honestidad.
- Mi diferencial aumenta la repetición de compra
- Mi diferencial facilita la venta en el canal
- Mi diferencial hace ganar más a quien vende por mí
- Si vendo más, el sistema se fortalece
- Si el canal gana, mi marca crece
- Si un actor pierde, mi marca se debilita

Si marcaste más dudas que certezas,
no es un problema de diseño.
Es un problema de estructura.

PASO 3 · ALERTAS INVISIBLES

Responde:
- ¿Quién pierde si mi marca tiene éxito?
- ¿Quién gana poco y decide no impulsarme?
- ¿Qué pasaría si el canal desaparece mañana?

Las respuestas incómodas suelen ser las más importantes.

Una marca sólida no se diseña solo para gustar.
Se diseña para funcionar dentro de un sistema real.

Antes de cambiar el logo, el feed o la web,
asegúrate de que tu estructura puede sostener tu crecimiento.

Studio G Creative
Estrategia antes de estética.
Intención antes de ejecución.