



Ma@rca dos

Marca personal para dueños que quieren ser elegidos

GUÍA DE APLICACIÓN PARA TU NEGOCIO

5 Herramientas | 8 Ejercicios | 1 Plan de 30 días



ZamBrand
Academy

@ZamBrand.co
www.zambrand.co

Bienvenido al material de refuerzo

Este documento es la continuación práctica del **webinar Marcados**. No es un resumen para leer y archivar. Es una guía de trabajo para aplicar en tu negocio durante los próximos 30 días.

Dentro vas a encontrar las cinco herramientas que vimos en el webinar, explicadas de manera concreta, con ejercicios para que escribas directamente en este documento. Al final hay un plan de 30 días para que sepas exactamente qué hacer cada semana.



Cómo usarlo

- Imprímelo o ábrelo en tu computador para llenar los ejercicios.
- Dedícale 30 minutos a cada herramienta. No intentes hacerlo todo de una vez.
- Comparte los ejercicios con tu equipo o con un socio. La marca personal se construye también con quienes te rodean.
- Revisa el termómetro al inicio y al final de los 30 días. Es tu medida de avance.

“
La marca que
no se
diferencia,
desaparece.
”

La idea central

Estamos viviendo la época más agresiva de la historia en cuanto a visibilidad. Por un lado, la competencia se parece demasiado. Por otro lado, la inteligencia artificial está igualando fotos, textos y promesas. La operación sana de tu negocio ya no alcanza para diferenciarte.

Existe una herramienta que la competencia no puede copiar, que la inteligencia artificial no puede replicar y que ningún software del mundo puede reemplazar: tú mismo. La marca personal del dueño no es vanidad ni es influencerismo. Es la realidad de cómo funciona el comercio en Colombia.

Cuando un dueño se vuelve visible, pasan tres cosas:

- El negocio deja de competir por precio y empieza a competir por confianza.
- El equipo trabaja con más orgullo porque sabe a quién representa.
- El negocio gana valor de cara al futuro: relevo generacional, ventas, alianzas.

“
En una
empresa, el
dueño es la
marca.
Quiera o no
”

HERRAMIENTA**01****El radar**

Tres capas que deben estar alineadas para que el cliente te elija a ti.

Imagina que tienes frente a frente a tres competidores directos. Tienes solo tres oportunidades para que noten la diferencia. El radar te dice cuáles son esas oportunidades.

Las tres capas**Capa 1**
Qué muestras

El producto, el servicio, el local, el equipo, el inventario. Esto es lo que casi todos los negocios muestran. Solo con esto, ya no basta.

Capa 2
Cómo te muestras tú

La cara del dueño, la voz, la postura, la manera de hablar del negocio. Lo que casi nadie hace bien en una PYME.

Capa 3
Por qué te creen

Los años, el oficio, el método, los clientes, la palabra empeñada. Sin esta capa, las dos anteriores se sienten vacías.

**Ejercicio 01 - Califica tu radar**

Pon una calificación de 1 a 10 en cada capa, según cómo está hoy tu negocio:

¿Qué tan bien muestro mi producto, servicio y equipo? (de 1-10)

.....

¿Qué tan visible soy yo como dueño? (de 1-10)

.....

¿Qué tan claras son las pruebas de mi autoridad? (de 1-10)

.....



La capa con la calificación más baja es donde empiezas a trabajar esta semana.

HERRAMIENTA

02

Tu frase es tu sello



Una sola línea que define quién eres, a quién ayudas y qué diferencia tiene que tú lo hagas.

La frase del dueño no es un eslogan publicitario. Es la respuesta que das cuando alguien te pregunta: ¿y usted a qué se dedica? Si la respuesta tarda más de diez segundos o suena igual a la de cualquier competidor, todavía no tienes frase.

La fórmula

“ Qué hago + para quién + qué diferencia tiene que yo lo haga ”

Ejemplo

Sin frase:

“Yo tengo una ferretería”

Con frase

“Yo le ayudo al maestro de obra y al ama de casa de Bucaramanga a que cuando entren a mi ferretería no les vendan lo que no necesitan, porque llevamos veinticinco años haciéndolo bien.”



Ejercicio 02 - Escribe tu frase

Completa cada línea sin pensarlo demasiado. Después puedes pulirla.

¿Qué hago? (mi oficio, mi servicio, mi negocio)

.....

¿Para quién? (mi cliente ideal, lo más específico posible)

.....

¿Qué diferencia tiene que yo lo haga? (mis años, mi método, mi palabra)

.....

Ahora une las tres respuestas en una sola frase fluida:

.....

.....



¿Podría tu competidor decir esto sin cambiar una palabra? Si la respuesta es sí, todavía no es tu frase. Vuelve a escribirla más propia.

HERRAMIENTA

03

Fórmula Real



Verdad + Cercanía + Palabra. Tres ingredientes para construir cualquier mensaje sin improvisar.

Los tres ingredientes

Verdad: lo que haces sin inflar

Sin exagerar los años, sin inventarte clientes, sin prometer lo que no puedes cumplir. La verdad es magnética porque casi nadie la usa hoy.

Cercanía: cómo lo dices

La manera en que hablarías con un cliente en el mostrador. No el lenguaje técnico de un gurú ni el tono corporativo de una multinacional.

Palabra: lo que prometes y cumples

En Colombia, la palabra del dueño todavía vale. Es tu mayor ventaja frente a competencia digital o internacional.



Ejercicio 03 – Aplica la fórmula a un post

Toma un post o publicación reciente que ya hayas hecho. Reescríbelo en tres líneas:

Mi verdad (lo que realmente hago):

.....
.....

Mi cercanía (cómo lo digo en mis palabras):

.....
.....

Mi palabra (lo que prometo y cumplo):

.....
.....



Compara el post original con esta versión. ¿Cuál suena más a ti?

HERRAMIENTA

04

Las cuatro rutas

Autoridad, Vulnerabilidad, Pregunta y Emoción. Cuatro formas de comunicar para no aburrir al cliente.

No todo contenido cumple la misma función. Cada ruta activa una reacción distinta. Si solo usas una ruta, tu comunicación se vuelve monótona. Si rotas las cuatro, mantienes al cliente conectado.

<p>Ruta 01 - Autoridad del oficio</p> <p>Muestra años, método, consistencia. La autoridad no se grita, se demuestra. "Llevo veintitrés años vendiéndole al maestro de obra."</p>	<p>Ruta 02 - Vulnerabilidad estratégica</p> <p>No es contar la vida privada. Es contar el proceso, cómo evolucionaste. "Empecé vendiendo solo tornillos en una caja de cartón."</p>
<p>Ruta 03 - Pregunta reflexiva</p> <p>Una buena pregunta vale más que un párrafo explicativo. Abre conversaciones, no las cierra. "¿Por qué pagamos siete millones por un celular, pero peleamos cinco mil pesos en un martillo que va a durar veinte años?"</p>	<p>Ruta 04 - Emoción y propósito</p> <p>Funciona cuando es honesta. No es ruta para usar todos los días, pero cuando se usa con verdad, conecta más que ninguna. "Esta ferretería la abrió mi papá en 1987."</p>



Ejercicio 03 – Aplica la fórmula a un post

Marca con una X la ruta **que usas más** actualmente:

- Autoridad del oficio
- Vulnerabilidad estratégica
- Pregunta reflexiva
- Emoción y propósito

Marca con una X la ruta **que nunca usas**:

- Autoridad del oficio
- Vulnerabilidad estratégica
- Pregunta reflexiva
- Emoción y propósito



La ruta que nunca usas es la que tienes que empezar a explorar esta semana.



Ejercicio bonus: tu frase en las 4 rutas

Escribe una frase aplicada a tu negocio para cada ruta:

Mi verdad (lo que realmente hago):

.....

.....

.....

Mi frase de vulnerabilidad (cómo empecé, qué me costó):

.....

.....

.....

Mi pregunta reflexiva (una buena pregunta para mi cliente):

.....

.....

.....

Mi frase emocional (familia, propósito, herencia):

.....

.....

.....

Storytelling vs Storyselling

Hay dos términos que suenan parecidos pero funcionan distinto: storytelling conecta y te hace memorable; storyselling convierte y te hace elegible.

Una marca personal de dueño PYME no puede quedarse solo en historias bonitas. Tiene que llevar al cliente, paso a paso, a una decisión.

Storyselling – La técnica

Storyselling es la técnica de vender productos o servicios mediante el uso de narrativas. Tres pasos:

1. Muestra la vida real de tu cliente.
2. Identifica un obstáculo concreto que él vive.
3. Presenta tu producto como la respuesta.

“Don Ricardo no vende martillos. Vende veinte años sin tener que volver a comprar uno.”



Ejercicio 05 – Aplica storyselling a tu negocio

Describe la vida real de tu cliente promedio (cómo es su día, qué le preocupa antes de necesitarte):

.....
.....

Identifica un obstáculo concreto que enfrenta tu cliente (lo más específico posible):

.....
.....

Presenta tu producto como la respuesta (sin disfrazar la venta):

.....
.....

Ahora completa la fórmula:

Yo no vendo....., vendo.....

Tres marcas reales para inspirarte

Tres marcas bumanguesas que están aplicando estas herramientas, cada una a su manera. Síguelas en Instagram y verás envivocómo lo hacen.



[@bosque_decoracion](#)

Caso 01 - El Bosque

Vivero y Artesanías con más de 36 años y 83 mil seguidores en Instagram. Su lección: cuando una marca con tradición se hace visible, deja de ser una más y se vuelve referente de ciudad.

Rutas: Autoridad + Propósito.



[@restor.co](#)

Caso 02 - Restor

Pub Barbacoa con 53 mil seguidores en Instagram. Su tagline Fuego hecho burger resume todo: no vende hamburguesas, vende fuego, ritual y experiencia.

Aplica: Storyselling puro.



[@laopticabga](#)

Caso 03 - La Óptica BGA

No te vende gafas: te enseña cómo verte. Contenido educativo sobre tendencias, formas de cara y monturas. Cuando enseñas antes de vender, la confianza llega sola.

Rutas: Autoridad + Pregunta reflexiva.

Ejercicio 06 - Identifícate

¿Con cuál de los tres casos te identificas más, y por qué?

¿Qué le falta a tu marca personal hoy comparado con ese caso?

Termómetro de visibilidad

Cinco preguntas. Cada NO es una tarea. Respóndelas con honestidad: nadie va a leer tus respuestas.

1	¿Te reconocen sin logo?	SÍ	NO
2	¿Sabes quién eres tú, no solo dónde queda el local?	SÍ	NO
3	¿Tu equipo sabría repetir tu frase?	SÍ	NO
4	¿Tu competencia podría decir lo mismo?	SÍ	NO
5	¿Tu marca personal vende?	SÍ	NO

Cuenta cuántos NO marcaste. Ese número es tu lista de tareas para los próximos 30 días.

¿Qué hago con mis NO?

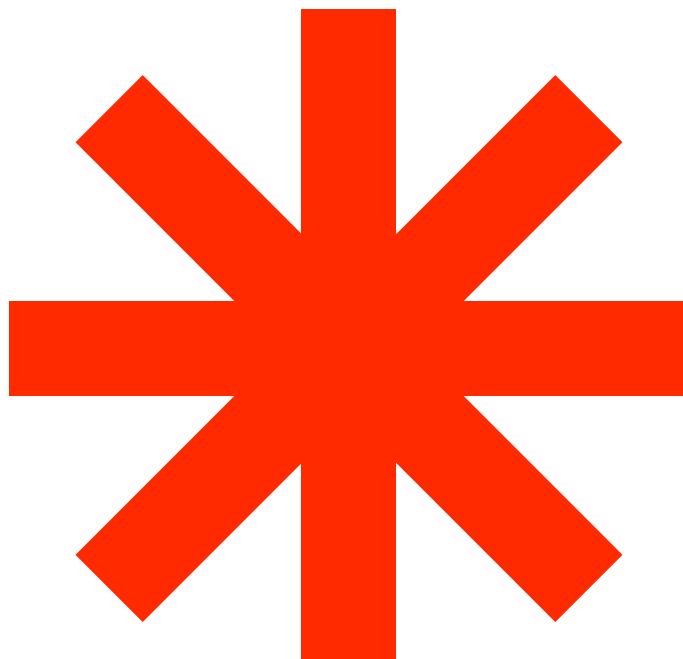
Si dijiste NO en la pregunta 1: Trabaja primero la herramienta 02 (tu frase) y la 04 (rutas).

Si dijiste NO en la pregunta 2: Empieza a mostrarte tú en tus redes, no solo el producto.

Si dijiste NO en la pregunta 3: Reúne a tu equipo y comparte tu frase con ellos.

Si dijiste NO en la pregunta 4: Tu frase no es propia. Vuelve al ejercicio 02 y reescríbela.

Si dijiste NO en la pregunta 5: Revisa cómo cuentas lo que vendes (storyselling, ejercicio 05).



Plan de aplicación · 30 días

No intentes aplicar todo a la vez. La marca personal se construye con consistencia, no con explosiones. Sigue este plan semana a semana.

Semana 1 - Claridad

- Termina de escribir tu frase final (Ejercicio 02).
- Compártela con tu equipo y pídeles que la repitan.
- Aplica la fórmula real (Ejercicio 03) a 3 posts antiguos y compáralos.

Semana 2 - Voz

- Publica 3 posts esta semana, uno por cada ruta diferente.
- Empieza por tu ruta dominante para que arranques cómodo.
- Siguelas cuentas de los tres casos y observa cómo lo hacen.

Semana 3 - Storyselling

- Aplica el ejercicio 05a 2 productos o servicios distintos.
- Grábate en video contando uno de esos productos con la fórmula vida + obstáculo + solución. Pídele a 3 clientes que te digan qué entendieron del video.

Semana 4 - Ruta nueva

- Esta semana usa la ruta que nunca habías usado (Ejercicio 04).
- Publica al menos 2 piezas con esa ruta.
- Vuelve a llenar el termómetro de visibilidad y compara con el resultado inicial.

Día 30 - Evaluación

- ¿Cuántos NO se convirtieron en SÍ en el termómetro?
- ¿Qué post tuvo mejor respuesta?
- ¿Qué cliente te dijo algo que antes no te decía?
- ¿Qué herramienta vas a profundizar el próximo mes?

Recuerda esto

Si dentro de un mes solo recuerdas seis frases del webinar, que sean estas. Cada una representa una decisión que tomaste hoy.

<p>"Soy visible."</p> <p>La primera convicción. Antes de cualquier técnica, está la decisión de ser visible.</p>
<p>"Mi frase importa."</p> <p>Mientras no puedas decir en una línea quién eres y qué haces, todo lo demás se siente vago.</p>
<p>"Mi voz diferencia."</p> <p>La voz propia es lo único que la inteligencia artificial no puede replicar.</p>
<p>"Mi historia también vende."</p> <p>No solo el producto vende. La historia detrás del producto vende. El dueño vende.</p>
<p>"Mi palabra construye."</p> <p>La palabra empeñada es el activo más grande de una PYME colombiana.</p>
<p>"Mi marca personal me potencia."</p> <p>La marca personal no compite con el negocio, lo potencia. Te hace elegible cuando todo el mercado se parece.</p>

La marca elegible

Hay tres tipos de marcas en el mercado:

"La que no se diferencia, se borra."

"La que se diferencia sin claridad, confunde."

"La que se diferencia con verdad, cercanía y palabra, se vuelve elegible."

Tu trabajo de los próximos 30 días es moverte del primer grupo o del segundo al tercero. No requiere genio. Requiere consistencia.



La marca personal del dueño visible es la única ventaja competitiva que ni la inteligencia artificial ni la competencia más agresiva pueden igualar. Es tu activo más valioso. Cuídalo como cuidas el dinero.

¿Quieres acompañamiento para aplicar estas herramientas?

Esríbenos a ZamBrand Academy.
Te ayudamos a construir tu marca personal con método y resultados.



[+57 350 6148612](tel:+573506148612)



[@ZamBrand.co](https://www.instagram.com/ZamBrand.co)



www.zambrand.co

¿Quieres controlar el crecimiento de tu negocio?



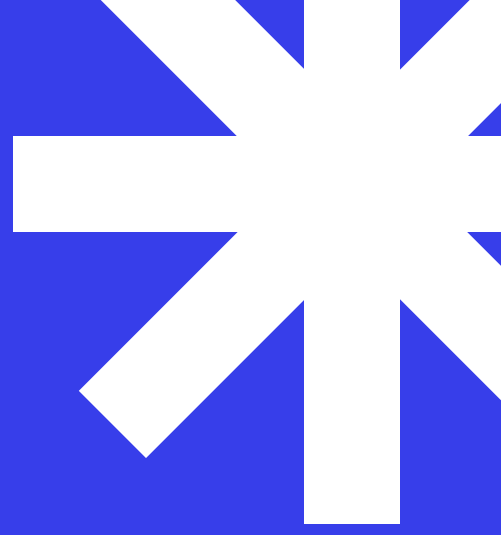
[+57 301 1250303](tel:+573011250303)



[@itssoftwarecontable](https://www.instagram.com/itssoftwarecontable)



www.itscontable.com



Marcados

Marca personal para dueños que quieren ser elegidos



ZamBrand
Academy

Material de refuerzo del Webinar MARCADOS
ITS Software · ZamBrand Academy