

Pirámide de la Esencia de Marca

www.jpaltamirano.mx

www.oscarbravo.mx

Academia Emprende



Pirámide de la Esencia de Marca

www.jpaltamirano.mx

www.oscarbravo.mx

Academia Emprende

Definición del Mercado

Target Demográfico NSE/ edad/ escolaridad / etc

Target Psicográfico VAL's



Product Attributes

Atributos del producto / Tangible

Características del producto
o servicio ¿Qué ofrece?

Pirámide de la Esencia de Marca

www.jpaltamirano.mx

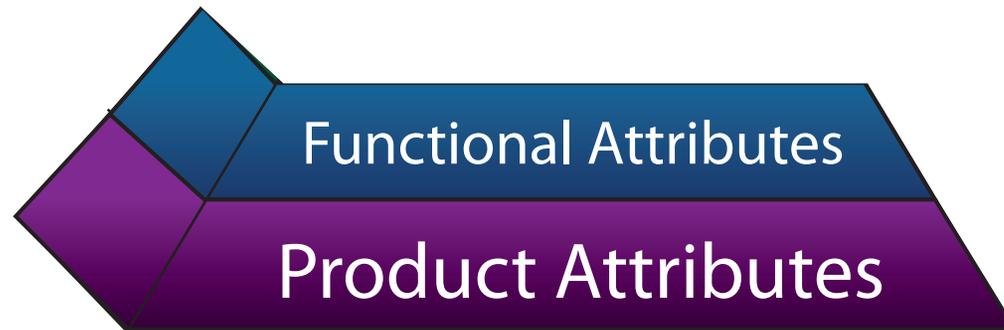
www.oscarbravo.mx

Academia Emprende

Definición del Mercado

Target Demográfico NSE/ edad/ escolaridad / etc

Target Psicográfico VAL's



Beneficios del producto / Intangible

¿Para qué sirve?

Atributos del producto / Tangible

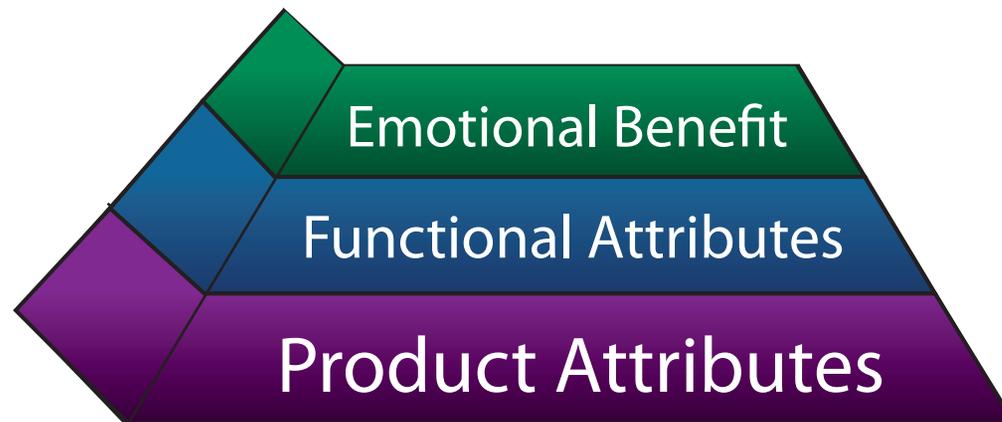
Características del producto
o servicio ¿Qué ofrece?

Pirámide de la Esencia de Marca

www.jpaltamirano.mx
www.oscarbravo.mx
Academia Emprende

Definición del Mercado

Target Demográfico NSE/ edad/ escolaridad / etc
Target Psicográfico VAL's



Beneficios emocionales /

¿Cuáles son las emociones que genera el uso del producto?

Beneficios del producto / Intangible

¿Para qué sirve?

Atributos del producto / Tangible

Características del producto o servicio ¿Qué ofrece?

Pirámide de la Esencia de Marca

www.jpaltamirano.mx
www.oscarbravo.mx
Academia Emprende

Definición del Mercado

Target Demográfico NSE/ edad/ escolaridad / etc
Target Psicográfico VAL's



Personalidad de la marca /
Valores para matriz Gardner
(divertida, nutritiva, etc.)

Beneficios emocionales /
¿Cuáles son las emociones que genera
el uso del producto?

Beneficios del producto / Intangible
¿Para qué sirve?

Atributos del producto / Tangible
Características del producto
o servicio ¿Qué ofrece?

Pirámide de la Esencia de Marca

www.jpaltamirano.mx
www.oscarbravo.mx
Academia Emprende

Definición del Mercado

Target Demográfico NSE/ edad/ escolaridad / etc
Target Psicográfico VAL's



Esencia de la marca /

¿Que hace por el consumidor?

Personalidad de la marca /

Valores para matriz Gardner
(divertida, nutritiva, etc.)

Beneficios emocionales /

¿Cuáles son las emociones que genera
el uso del producto?

Beneficios del producto / Intangible

¿Para qué sirve?

Atributos del producto / Tangible

Características del producto
o servicio ¿Qué ofrece?

Pirámide de la Esencia de Marca

www.jpaltamirano.mx
www.oscarbravo.mx
Academia Emprende

Definición del Mercado

Target Demográfico NSE/ edad/ escolaridad / etc
Target Psicográfico VAL's



Esencia de la marca /

¿Que hace por el consumidor?

Personalidad de la marca /

Valores para matriz Gardner
(divertida, nutritiva, etc.)

Beneficios emocionales /

¿Cuáles son las emociones que genera
el uso del producto?

Beneficios del producto / Intangible

¿Para qué sirve?

Atributos del producto / Tangible

Características del producto
o servicio ¿Qué ofrece?

Estilo y tono de la marca; buscar imágenes que comuniquen ese estilo
incluyendo otros productos que compiten en el mismo segmento