

Lo creativo. Lo delicioso. Lo que hace que te elijan.



Si tu producto es el plato fuerte, el branding es el postre:
la parte más creativa y deliciosa de tu marca, la que nadie necesita
para sobrevivir y la que todos recuerdan. **Y sí, también se puede medir.**



EL PROBLEMA REAL

NO ES QUE EL BRANDING NO TENGA RESULTADOS.

Es que los estamos **buscando en el lugar equivocado**.
El error más costoso en marketing es confundir dos cosas
que no se parecen en nada:

MÉTRICAS DE CAMPAÑA

LO URGENTE

Clics, CTR, ROAS, conversiones.
Tácticas, inmediatas y caducan
en días. Te dicen si el anuncio
funcionó.

MÉTRICAS DE MARCA

LO IMPORTANTE

Reconocimiento, percepción,
preferencia, prima de precio.
Estratégicas, lentas y compuestas
durante años. Te dicen si la
empresa va a existir.

El branding sí tiene resultados. Solo que viven en **otro
tablero**, el que casi nadie está mirando.

El **branding** empieza cuando alguien prueba el primer bocado. El **reconocimiento** mide cuántas personas llegan hasta la mesa.



RECONOCIMIENTO

LO QUE MIDES

¿Cuántas personas saben que existes?

01 *Branded search volume*

Búsquedas de tu marca en Google — gratis con Search Console

02 *Share of search vs. competencia*

Tu porción del interés de búsqueda dentro de la categoría

03 *Direct traffic como % del total*

Quién te escribe directo en vez de llegar de rebote

LA PREGUNTA QUE HAY QUE HACERSE

¿La gente llega a nosotros buscando nuestra marca, o nos encuentra de casualidad?

PERCEPCIÓN

LO QUE MIDES

¿Cómo te perciben los que sí te conocen?



El branding no es la promesa. Es el sabor que las personas recuerdan y recomiendan.

01 *NPS – Net Promoter Score*

Una sola pregunta, pero medida de forma consistente en el tiempo

02 *Análisis de reseñas y menciones*

Qué palabras exactas asocian las personas a tu marca

03 *Encuesta de posicionamiento simple*

3 preguntas a tus clientes actuales, sin instrumentos costosos

LA PREGUNTA QUE HAY QUE HACERSE

¿Lo que nuestros clientes dicen de nosotros coincide con lo que queremos que digan?

PREFE- RENCIA

LO QUE MIDES

¿Te eligen cuando tienen opciones comparables?



01

Win rate en ventas competitivas

Cuántos procesos cierras cuando compites de frente

02

Razón de pérdida en deals cerrados

De los que perdiste, ¿cuántos se fueron por precio?

03

Recompra y retención vs. sector

Si vuelven sin que los persigas, tu marca trabaja

LA PREGUNTA QUE HAY QUE HACERSE

¿Nos eligen porque somos la mejor opción o porque somos la más barata?

“Cada vez que pierdes un cliente por precio, no perdiste una venta. Perdiste la evidencia de que tu marca no está haciendo su trabajo.”

El branding demuestra su verdadero valor cuando el cliente conoce opciones más baratas y, **aun así, decide pagar más por ti.**

NIVEL 04 DE 04 • EL FRAMEWORK

PRIMA DE PRECIO

LA MÉTRICA MÁS PODEROSA — Y LA MENOS USADA



¿Tu marca te permite cobrar más?

Una marca fuerte reduce la elasticidad de precio: los clientes protestan menos cuando subes tarifas.

01 *Evolución del precio promedio de venta*

Hacia dónde se mueve tu ticket real a lo largo del tiempo

02 *% de clientes que no negocia precio*

Indicador directo de percepción de valor

03 *Precio vs. competencia equivalente*

Tu prima frente a quien ofrece calidad comparable

LA PREGUNTA QUE HAY QUE HACERSE

¿Podríamos subir el precio un 15% sin perder más del 5% de los clientes?



EL DASHBOARD MÍNIMO VIABLE

LAS 5 MÉTRICAS QUE REVISAR CADA TRIMESTRE

*Una para cada nivel, todas con fuentes gratuitas o de bajo costo.
El tablero que cualquier empresa puede sostener sin equipo de research.*

MÉTRICA	NIVEL	FUENTE
<i>Branded search volume</i>	Reconocimiento	Search Console GRATIS
<i>NPS</i>	Percepción	Encuesta 1 pregunta BAJO COSTO
<i>Win rate competitivo</i>	Preferencia	Tu CRM GRATIS
<i>Precio promedio de venta</i>	Prima de precio	Tu facturación GRATIS
<i>Share of search</i>	Transversal	Google Trends GRATIS

PRESUPUESTO LIMITADO

Search Console, Google Trends, tu CRM y encuestas propias de 1–3 preguntas. Cero inversión, señal real.

CON INVERSIÓN EN ESTUDIOS

Suma brand tracking continuo, paneles de percepción y estudios de elasticidad de precio.



Tu marca no necesita más métricas.
***Necesita alguien que se atreva
a tomar decisiones con ellas.***

Eso es exactamente lo que hago.

¿Hablamos?

 **+57 3160712122** www.mauriciobranding.com