KHROMOS AGENCIA

GUÍA GRATIS

Checklist de una marca profesional

25 puntos para revisar tu marca en 15 minutos y saber qué arreglar primero.



25
puntos de revisión

5
áreas de tu marca

15 min
para hacerlo

ANTES DE EMPEZAR

Cómo usar esta guía

Una marca profesional no es solo un logo bonito: es un sistema que hace que tus clientes te reconozcan, confíen en ti y te recuerden. Esta lista te ayuda a ver en qué punto está la tuya.

1

Imprime o abre en el celular

Ten a la mano tu logo, tus redes y tus piezas publicitarias.

2

Marca lo que ya cumples

Sé honesto: solo cuenta si se cumple siempre, no "a veces".

3

Suma tu puntaje

Al final verás qué significa y qué hacer primero.

1	**Tu logo**	5 puntos
2	**Colores y tipografías**	5 puntos
3	**Tus archivos**	5 puntos
4	**Tus redes sociales**	5 puntos
5	**Mensaje y experiencia**	5 puntos

La gente no compra solo lo que vendes: compra la confianza que le transmites.

ÁREA 1

1 Tu logo

Es la firma de tu negocio. Debe verse bien en cualquier tamaño y lugar, y siempre de la misma forma.

- [ ] **Se entiende en tamaño pequeño**
  Míralo del tamaño de una foto de perfil de WhatsApp. ¿Se lee el nombre? ¿Se reconoce el símbolo?

- [ ] **Tienes versiones oficiales**
  Al menos una horizontal, una vertical y un ícono o símbolo solo, para usar según el espacio.

- [ ] **Funciona en fondo claro y oscuro**
  Tienes una versión en positivo (oscura) y una en negativo (blanca) que se ven igual de bien.

- [ ] **Nunca se estira, se recorta ni cambia de color**
  Todas las personas que publican por tu negocio usan el mismo archivo y respetan sus proporciones.

- [ ] **Es original y representa lo que haces**
  No es una plantilla gratuita ni se parece al logo de otro negocio de tu ciudad.

TIP Si tu logo solo funciona "en grande", es demasiado complejo. Los mejores logos se reconocen hasta en un sello o un bordado.

ÁREA 2

2 Colores y tipografías

Son lo que hace que te reconozcan antes de leer tu nombre. La clave no es tener muchos, sino usar siempre los mismos.

- [ ] **Tienes una paleta de 3 a 5 colores**
  Uno principal, uno o dos de apoyo y un neutro (blanco, negro o gris) para textos y fondos.

- [ ] **Conoces los códigos exactos de tus colores**
  Tienes el código HEX (para pantallas) y CMYK (para impresión), no "un azul parecido".

- [ ] **Usas máximo 2 tipografías**
  Una para títulos y otra para textos. Siempre las mismas en redes, documentos y piezas.

- [ ] **Tus textos se leen fácil**
  Hay buen contraste entre letra y fondo, y no usas letras decorativas para textos largos.

- [ ] **Tus colores encajan con tu público**
  Un spa, una ferretería y una tienda infantil no deberían verse igual. Tus colores transmiten lo que vendes.

TIP Haz la prueba del pantallazo: pon 9 publicaciones tuyas juntas. Si parecen de 9 negocios distintos, tu paleta no se está usando.

ÁREA 3

3 Tus archivos

Muchas marcas se ven mal no por el diseño, sino porque usan el archivo equivocado. Revisa que tengas todo esto.

- [ ] **Tienes tu logo en vector (AI, PDF o SVG)**
  Es el archivo "maestro": se agranda sin perder calidad, para avisos, camisetas o una valla.

- [ ] **Tienes PNG con fondo transparente**
  Para ponerlo sobre fotos y diseños sin el recuadro blanco alrededor.

- [ ] **Tienes un manual o guía de marca**
  Un documento con tu logo, colores, tipografías y cómo usarlos, para compartir con quien diseñe por ti.

- [ ] **Todo está guardado en un solo lugar**
  Una carpeta en la nube (Drive, Dropbox) que no depende de un celular ni de una persona.

- [ ] **Tienes plantillas para lo que más publicas**
  Promociones, horarios, testimonios... listas para cambiar el texto sin empezar de cero.

FORMATO	PARA QUÉ SIRVE
AI • PDF • SVG	Archivo maestro. Impresión, avisos, bordados, gran formato.
PNG	Redes y web, sobre fotos o fondos de color (fondo transparente).
JPG	Fotos. No es para logos: no tiene transparencia y pierde calidad.

ÁREA 4

4 Tus redes sociales

Para muchos clientes, tu Instagram o tu Facebook es lo primero que ven de ti. Es tu vitrina abierta las 24 horas.

- [ ] **La foto de perfil es tu logo o ícono, bien centrado**
  Que no se corte en el círculo y se reconozca en tamaño pequeño.

- [ ] **Tu biografía dice qué haces, dónde y cómo contactarte**
  En una frase clara, con tu ciudad y un enlace directo a WhatsApp o a tu página.

- [ ] **Tus publicaciones se ven como de la misma marca**
  Mismos colores, tipografías y estilo de fotos. Tu feed se ve ordenado.

- [ ] **Publicas con constancia**
  Mejor 3 publicaciones a la semana todas las semanas, que 10 un mes y nada el siguiente.

- [ ] **Tus fotos y videos se ven profesionales**
  Buena luz, enfoque y sin marcas de agua de otras aplicaciones o de bancos de imágenes.

TIP Las historias destacadas son tu menú: crea portadas con tus colores para "Servicios", "Trabajos", "Clientes" y "Contacto".

ÁREA 5

5 Mensaje y experiencia

Una marca también es cómo hablas y cómo atiendes. Si lo visual promete mucho y la atención no, el cliente lo nota.

- [ ] **Puedes explicar tu negocio en una frase**
  Qué haces, para quién y por qué elegirte. Si necesitas un párrafo, aún no está claro.

- [ ] **Hablas siempre con el mismo tono**
  Cercano, formal, divertido... lo importante es que sea el mismo en redes, WhatsApp y en persona.

- [ ] **Tu WhatsApp Business está completo**
  Foto, descripción, horario, ubicación, catálogo y mensaje de bienvenida con tu marca.

- [ ] **Te encuentran en Google**
  Tienes un perfil de negocio en Google con fotos, horario y reseñas de clientes.

- [ ] **Todo lo que entregas lleva tu marca**
  Cotizaciones, facturas, empaques, firmas de correo y tarjetas tienen el mismo estilo.

TIP Pide a 3 clientes que describan tu negocio en 3 palabras. Si coinciden con lo que quieres transmitir, vas por buen camino.

TU RESULTADO

¿Cuántos puntos marcaste?

__ / 25

Cuenta todas las casillas que marcaste en las 5 áreas y busca tu resultado abajo.

0–10
MARCA EN OBRA

Tu marca necesita una base

Es normal al empezar. Antes de invertir en publicidad, define tu logo, colores y tipografías: cada peso que gastes rendirá más si la gente te reconoce.

11–19
MARCA EN CRECIMIENTO

Vas bien, pero hay fugas

Tienes elementos, pero no se usan de forma constante. Un manual de marca y plantillas para redes te ahorran tiempo y hacen que todo se vea parejo.

20–25
MARCA PROFESIONAL

¡Felicitaciones!

Tu marca tiene sistema. El siguiente paso es sacarle provecho: contenido constante, video y una página web que convierta visitas en clientes.

QUÉ HACER PRIMERO

Empieza por el área donde marcaste menos casillas. Arreglar lo básico (logo y archivos) tiene más impacto que cualquier publicación.

¿Quieres que te ayudemos con tu marca?

En Khromos Agencia diseñamos marcas con personalidad para emprendedores y empresas del Huila y de toda Colombia.

Branding e identidad
Logo, paleta, tipografías y manual de marca

Paquetes para emprendedores
Todo lo que tu marca necesita para arrancar

Diseño gráfico
Piezas para redes, catálogos y papelería

Contenido para redes
Planes mensuales de diseño y publicaciones

Diseño web
Páginas rápidas, modernas y fáciles de actualizar

Video y edición
Reels, videos promocionales y motion graphics

Escríbenos y cuéntanos qué necesitas

WhatsApp 313 378 4118

khromosagencia.com · khromoscp@gmail.com

KHROMOS AGENCIA

Instagram @khromos_agencia · Facebook y TikTok @khromosagencia