



TEST DE DIFERENCIACIÓN DE MARCA

# EL EXAMEN DE VERANO DE TU MARCA

10 minutos. Sin apuntes. Sin chuletas. Sin sesgos cognitivos.

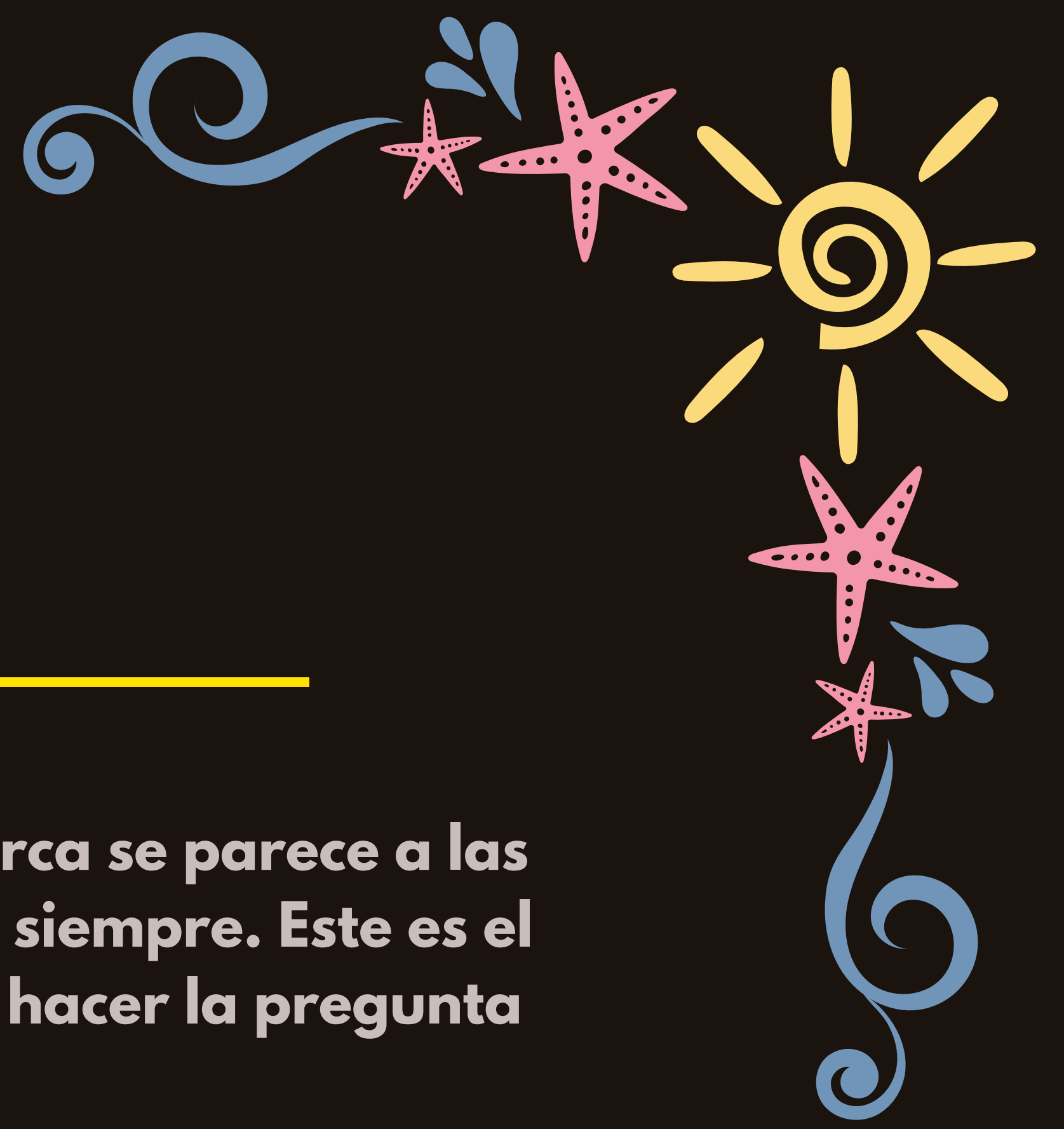
NOMBRE DE LA MARCA

---

FECHA DE EXAMEN

---





## 0. ANTES DE EMPEZAR

---

En septiembre no vas a tener tiempo de plantearte si tu marca se parece a las demás. Vas a tener clientes, campañas y el mismo ritmo de siempre. Este es el momento — con la mente todavía en modo verano — para hacer la pregunta incómoda con calma.

### Qué necesitas:

- Un boli, o este mismo documento en el ordenador.
- 10-15 minutos sin interrupciones.
- Pensar en 2 o 3 referentes de tu sector: el líder, el que más se parece a ti, el que admiras aunque no lo digas.

Este examen tiene tres asignaturas. Se aprueban de una en una, de la más fácil a la más difícil. No se puede hacer trampa saltándose el orden: si no tienes clara la primera, las otras dos no tienen donde sostenerse.





# HACER BIEN TU TRABAJO SE DA POR HECHO

Los minimos de la industria, son la base de la competitividad.

No te distingue de nadie — te habilita para competir, nada más.

Aquí está la trampa más común: si tu única baza es "la innovación", es una señal de que te falta precisamente eso.

Entiende primero qué comparten todos los competidores de tu sector: ese es tu suelo.

Después mapea qué hace competitivos a los referentes y qué hace que el líder domine el mercado — ¡examinar a tu competencia es lo que te da una posición ventajosa antes de empezar!

Y entiende, sobre todo, qué valora tu consumidor.  
Solo así puedes ofrecerle algo distinto de verdad: algo único, relevante e irresistible — y que solo pueda conseguir gracias a ti.

| 1. ATRIBUTOS BÁSICOS                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 2. ATRIBUTOS DIFERENCIALES                                                                                                                                                                                                            | 3. ATRIBUTOS SINGULARES                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Son lo mínimo que necesitas para poder competir en tu sector. Si no los tienes, quedas fuera del mercado.</p> <p>Fíjate en qué compartís tú y tus competidores. Es bueno tenerlos identificados, aunque no debas basar tu comunicación solo en ellos.</p> <p>¿Sin qué mínimos no podrías competir?</p> | <p>No forman parte del producto en sí, pero suman mucho a la hora de venderlo.</p> <p>Son los que comparten los líderes de tu sector — lo que tus clientes valoran al elegir una marca u otra.</p> <p>¿Qué valora hoy tu mercado?</p> | <p>Es lo que te hace única, diferente y especial. Algo que nadie más puede copiar, porque solo se consigue gracias a tu marca.</p> <p>¿Qué aporta el líder de tu sector que ningún otro pueda imitar?</p> |
| <p><b>EJEMPLOS</b></p> <p>Tener página web o redes activas, buena calidad del producto, precios claros, que el pedido llegue completo y a tiempo. Un packaging llamativo...</p>                                                                                                                           | <p><b>EJEMPLOS</b></p> <p>Red de contactos amplia, casos de éxito, años de experiencia, portfolio variado, buena comunicación, marca personal trabajada...</p>                                                                        | <p><b>EJEMPLOS</b></p> <p>tu receta secreta de la salsa de hamburguesas, un método propio, un estilo de edición que se reconoce sin ver tu firma, tu historia personal...</p>                             |



# 1. LAS 3 ASIGNATURAS DEL EXAMEN

REPASEMOS ANTES DE ENUMERAR LOS ATRIBUTOS DE TU MARCA

## 1 • ATRIBUTOS BÁSICOS

para aprobar el curso

Lo mínimo para estar en el mercado.  
No te diferencia de nadie — te habilita para competir.

## 2 • ATRIBUTOS DIFERENCIALES

para la nota media

Lo que comparten entre sí los buenos referentes  
de tu sector. Tenerlo te iguala a los que lo hacen  
bien. Todavía no te distingue de ellos.

## 3 • ATRIBUTOS SINGULARES

para la matrícula de honor

Lo que aporta el líder  
del sector y no tiene  
ningún otro. Esta es  
la diferenciación  
real



## 2. EL EXAMEN

Rellena primero el nivel 1, luego el 2, y por último el 3.

¿Sin qué no serías competitiva? ¿Qué es lo mínimo para estar en el mercado?

---

---

### NIVEL 1 · ATRIBUTOS BÁSICOS

¿Qué tienen en común los referentes buenos de tu sector entre ellos?

---

---

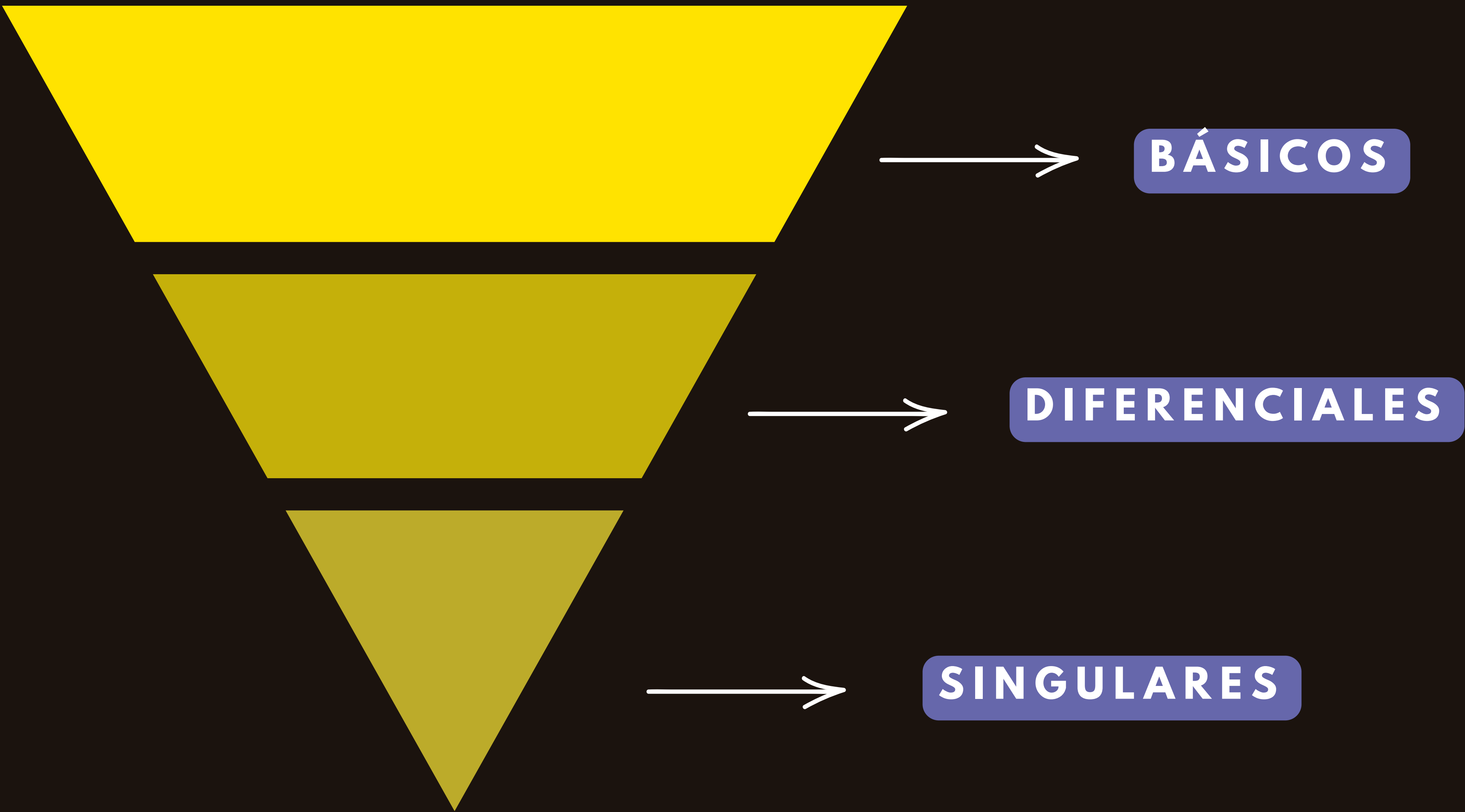
### NIVEL 2 · ATRIBUTOS DIFERENCIALES

¿Qué aporta el líder del sector que no tenga ningún otro? ¿Qué tienes tú que nadie más tiene, y que puedas demostrar?

---

---

### NIVEL 3 · ATRIBUTOS SINGULARES





### 3. CORRÍGETE TÚ MISMA

Antes de mirar la nota, revisa dos cosas: en el nivel 2, cuántas respuestas coinciden literalmente con las de tus referentes (más coincidencias, peor nota); en el nivel 3, si lo escrito es un atributo verificable o una frase bonita que también firmaría la competencia (solo cuenta lo primero).

#### SUSPENSO

**No tienes claros los básicos, o todo lo que has escrito lo firmaría también tu competencia.**

Tu marca es intercambiable ahora mismo. Cualquiera podría ocupar tu sitio y el cliente no notaría la diferencia.

#### APROBADO

**Los básicos están cubiertos y tienes 1-2 diferenciales propios, pero en el nivel 3 no hay nada que sea solo tuyo.**

Vas segura por el mercado, pero no sobresales. Compites por precio o por cercanía, no todavía por criterio (pero lo harás)

#### NOTABLE

**Básicos y diferenciales sólidos, y un principio de atributo singular — aunque aún no lo comunicas con fuerza.**

Tienes materia prima real para diferenciarte. El siguiente paso es pulir el mensaje, no seguir produciendo contenido.

#### SOBRESALIENTE

**Tienes al menos un atributo singular real y verificable, y lo puedes defender delante de cualquier cliente sin dudar.**

Enhorabuena, de verdad — esto no lo tiene casi nadie. El reto ahora es que se note en todo lo que comunicas :)







# 4. BOLETÍN DE NOTAS

Rellena esto como si fuera de verdad — porque lo es.

| MARCA                   | FECHA                          |
|-------------------------|--------------------------------|
| _____                   | _____                          |
| NIVEL 1 · BÁSICOS       | ¿Aprobado? Sí / No             |
| NIVEL 2 · DIFERENCIALES | Nº de coincidencias: ____      |
| NIVEL 3 · SINGULARES    | ¿Atributo verificable? Sí / No |
| NOTA FINAL              | _____                          |





# 5. LA RECUPERACIÓN DE SEPTIEMBRE

Si no ha sido sobresaliente — y la mayoría de las marcas no lo es a la primera — hay recuperación. Igual que en el instituto: no pasa nada por no aprobarlo todo en junio, pero conviene presentarse a la recuperación antes de que empiece el curso.

La recuperación es una sesión diagnóstica gratuita de 30 minutos conmigo. Repasamos juntas tu pirámide, buscamos el atributo singular que todavía no has visto, y decidimos si necesitas una auditoría de comunicación completa o un sistema de diferenciación de marca.

Sin trucos, sin sesgos cognitivos ni letra pequeña. Solo criterio.

## RESERVA TU RECUPERACIÓN

673 66 79 50

[hola@rollintriana.com](mailto:hola@rollintriana.com)

[rollintriana.com](https://rollintriana.com) • IG @emelemeri

Google Calendar

🔦 Maria Lopez

Meri - Roll in Triana

🕒 30 min appointments

📺 Google Meet video conference info added after booking

Select an appointment time

(GMT-04:00) Eastern Time - New York

August 2026

| S  | M  | T  | W  | T  | F  | S  |
|----|----|----|----|----|----|----|
| 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 1  |
| 2  | 3  | 4  | 5  | 6  | 7  | 8  |
| 9  | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 |
| 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 |
| 30 | 31 | 1  | 2  | 3  | 4  | 5  |

<

T  
4

WED  
5

>

7:30am

8:00am

8:30am

9:00am

9:30am