



## ESQUEMA DE IDEAS

**CREA UNA MARCA ARTÍSTICA  
QUE TE HAGA ÚNICO Y CONECTA  
GENUINAMENTE CON FANS QUE  
TE IMPULSEN.**

**MÓDULO 4**



## TEMA 1

# ¿QUÉ ES UNA MARCA Y CÓMO CONSIGUE SER SIGNIFICATIVA PARA LA GENTE?

### ➔ DEFINICIÓN CLÁSICA

LA MARCA ES UN SIGNO DISTINTIVO, CUYA PRINCIPAL FUNCIÓN ES LA DE DIFERENCIAR Y HACER ÚNICOS A LOS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS DE UNA EMPRESA FRENTE AL RESTO DE COMPETIDORES. LA MARCA ES, POR ASÍ DECIR, LO QUE DA IDENTIDAD Y SIGNIFICADO A UN PRODUCTO O SERVICIO CONCRETOS.

### ➔ NUESTRA DEFINICIÓN

ES LA ESENCIA DE UN MOVIMIENTO HUMANO VINCULADO A UN PRODUCTO O A UN SERVICIO QUE DA SIGNIFICADO ESPECIAL, EMOCIONAL Y ELEVADO A UNA TRANSACCIÓN COMERCIAL

### ➔ OBSERVACIÓN: ECHA UN VISTAZO A TUS MARCAS FAVORITAS E INTENTA EXTRAER SU ESENCIA. ¿QUÉ MOVIMIENTO HUMANO ABANDERAN?

### ➔ EJEMPLO #1

**APPLE:** DEMOCRATIZAR EL ACCESO A LA TECNOLOGÍA PARA QUE LA GENTE CREATIVA PUEDA LLEVAR A CABO SUS SUEÑOS



## MÓDULO 4

CREA UNA MARCA ARTÍSTICA QUE TE HAGA ÚNICO Y CONECTA GENUINAMENTE CON FANS QUE TE IMPULSEN  
TUTOR: IBAI CEREIJO

## TEMA 1

# ¿QUÉ ES UNA MARCA Y CÓMO CONSIGUE SER SIGNIFICATIVA PARA LA GENTE?

### ➔ EJEMPLO #2

**NIKE:** SUPERAR LA PEREZA Y EL PESIMISMO Y LUCHAR POR NUESTRAS METAS DE FORMA INSPIRADORA A TRAVÉS DEL DEPORTE

### ➔ EJEMPLO #3

**AMAZON:** FACILITAR LA VIDA URBANA USANDO LA TECNOLOGÍA DE FORMA SENCILLA PARA COMPRAR BARATO

### ➔ EJEMPLO #4

**GOOGLE:** DESCOMPLICAR EL ACCESO AL CONOCIMIENTO PONIENDO TODA LA INFORMACIÓN DEL MUNDO A UN CLIC

### ➔ EJEMPLO #5

**STARBUCKS:** FOMENTAR LA UNIÓN ENTRE LAS PERSONAS Y LA CONVERSACIÓN CREANDO PEQUEÑOS REFUGIOS CHIC EN CIUDADES

### ➔ EJEMPLO #6

**COCA-COLA:** DISFRUTAR DE LA VIDA AL MÁXIMO APROVECHANDO CADA MOMENTO CON ALEGRÍA



## MÓDULO 4

CREA UNA MARCA ARTÍSTICA QUE TE HAGA ÚNICO Y CONECTA GENUINAMENTE CON FANS QUE TE IMPULSEN  
TUTOR: IBAI CEREIJO

## TEMA 1

# ¿QUÉ ES UNA MARCA Y CÓMO CONSIGUE SER SIGNIFICATIVA PARA LA GENTE?

### ➔ EJEMPLO #7

**IKEA:** PERMITIR A GENTE DE CLASE MEDIA HABITAR EN HOGARES BELLOS, LLENOS DE DISEÑO Y A BAJO COSTE

### ➔ EJEMPLO #8

**TOMORROWLAND:** UNA FIESTA DE UNIDAD Y ARMONÍA ENTRE PERSONAS DE TODOS LOS PAÍSES Y RAZAS DEL MUNDO PARA CELEBRAR LA VIDA Y LA BELLEZA A TRAVÉS DE LA MÚSICA

### ➔ EJEMPLO #9

**ULTRA:** UNA CELEBRACIÓN PRIMAVERAL DE LA VELOCIDAD Y LA TECNOLOGÍA EN UN ENTORNO FUTURISTA

### ➔ EJEMPLO #10

**SONAR:** LA TRANSFORMACIÓN DE UNA CIUDAD EN UN GRAN MERCADO DE TENDENCIAS Y SOFISTICACIÓN URBANA



## MÓDULO 4

CREA UNA MARCA ARTÍSTICA QUE TE HAGA ÚNICO Y CONECTA GENUINAMENTE CON FANS QUE TE IMPULSEN  
TUTOR: IBAI CEREIJO

## TEMA 1

# ¿QUÉ ES UNA MARCA Y CÓMO CONSIGUE SER SIGNIFICATIVA PARA LA GENTE?

- ➔ **RESUMIENDO:** ¿QUÉ RASGOS TIENE UNA MARCA QUE LE PERMITE LLEGAR AL CORAZÓN DE LA GENTE Y LOGRAR SER IMPORTANTE EN SU VIDA?
- ➔ **IDEA #1:** ES UN MOVIMIENTO, UNA REALIDAD EN TRANSFORMACIÓN
- ➔ **IDEA #2:** ES UN PROYECTO EN MARCHA Y AL ROJO VIVO
- ➔ **IDEA #3:** ESTÁ COMPUESTA DE VALORES
- ➔ **IDEA #4:** AFECTA A MUCHAS PERSONAS
- ➔ **IDEA #5:** ES RELEVANTE CULTURALMENTE
- ➔ **IDEA #6:** PERSIGUE UN FIN VALIOSO Y COMPARTIDO
- ➔ **IDEA #7:** PERMITE QUE LA GENTE SE SUME
- ➔ **IDEA #8:** ES DIFERENTE Y DISTINTIVA
- ➔ **IDEA #9:** RESPONE A LAS PREGUNTAS ¿POR QUÉ? Y ¿PARA QUÉ?



### MÓDULO 4

CREA UNA MARCA ARTÍSTICA QUE TE HAGA ÚNICO Y CONECTA GENUINAMENTE CON FANS QUE TE IMPULSEN  
TUTOR: IBAI CEREIJO

## TEMA 2

# LOS 8 FALLOS QUE CONVIERTEN A LA MARCA DE UN ARTISTA EN IRRELEVANTE

### ➔ FALLO #1

**NO ELEGIR UNA CAUSA QUE DÉ SENTIDO A TU MÚSICA Y TU ACTIVIDAD ARTÍSTICA**

SALVO QUE TENGAS UN TALENTO DESLUMBRANTE, EL SIMPLE HECHO DE HACER MÚSICA PORQUE TE GUSTA O TIENES LA HABILIDAD TÉCNICA PARA ELLO NO TE PROPORCIONA UNA MARCA

### ➔ FALLO #2

**INTENTAR GUSTAR A TODO EL MUNDO: CÉNTRATE EN AQUÉLLOS PARA LOS QUE TU CAUSA ES IMPORTANTE**

DEFINIRTE VA A IMPLICAR QUE HAYA GENTE A QUIEN NO LE INTERESES O AGRADES, PERO TE VA A ABRIR NUEVOS MERCADOS

### ➔ FALLO #3

**SER INCOHERENTE Y MEZCLAR DEMASIADOS MENSAJES, ESTILOS Y ESTRATEGIAS**

PIENSA BIEN CUÁL ES TU CAUSA Y APLICA EL PRINCIPIO DE MENOS ES MÁS: EL TALENTO ESTÁ EN REPETIR SIN QUE LO PAREZCA



## MÓDULO 4

CREA UNA MARCA ARTÍSTICA QUE TE HAGA ÚNICO Y CONECTA GENUINAMENTE CON FANS QUE TE IMPULSEN  
TUTOR: IBAI CEREIJO

## TEMA 2

# LOS 8 FALLOS QUE CONVIERTEN A LA MARCA DE UN ARTISTA EN IRRELEVANTE

### ➔ FALLO #4

**CAMBIAR LA ESENCIA DE LA MARCA A MITAD DE CAMINO, DEJANDO A TUS FANS DESCOLOCADOS**

¡CUIDA EL OJO CON LOS REBRANDINGS CAPRICHOSOS! TRITURAN A TU COMUNIDAD DE FANS

### ➔ FALLO #5

**ELEGIR UNA CAUSA LEJANA, IMPRECISA O DIFUSA QUE NO TE PERMITA OPERAR EN ELLA**

ESCOGE ALGO QUE TENGAS CERCA, SEA TANGIBLE Y VISIBLE, FÁCILMENTE ALCANZABLE

### ➔ FALLO #6

**BASAR TU MARCA EN UNA FACHADA ESTÉTICA, PERO SIN FONDO NI CORAZÓN**

EL DJ ES UNA FIGURA QUE ENTRA POR LOS OJOS Y ATRAE ATENCIÓN VISUAL, PERO A ESE EXTERIOR ATRACTIVO DEBE AÑADIR CONTENIDO



## MÓDULO 4

CREA UNA MARCA ARTÍSTICA QUE TE HAGA ÚNICO Y CONECTA GENUINAMENTE CON FANS QUE TE IMPULSEN  
TUTOR: IBAI CEREIJO

## TEMA 2

# LOS 8 FALLOS QUE CONVIERTEN A LA MARCA DE UN ARTISTA EN IRRELEVANTE

### ➔ FALLO #7

**SER DEMASIADO LEVE O DEMASIADO TOSCO EXPRESANDO TU CAUSA**  
TE EQUIVOCARÁS SI TE PASAS DE SUTIL O SI CONVIERTES TU COMUNICACIÓN EN UN PANFLETO PERMANENTE

### ➔ FALLO #8

**NO ALINEAR TODA TU ACTIVIDAD COMO ARTISTA (CANCIONES, LETRAS, TÍTULOS, ESTÉTICA, POSTS...) A ESA CAUSA**  
SI TE CREES LA CAUSA, TODO DEBE APUNTAR A ELLA DE FORMA COHERENTE Y ARMÓNICA



## MÓDULO 4

CREA UNA MARCA ARTÍSTICA QUE TE HAGA ÚNICO Y CONECTA GENUINAMENTE CON FANS QUE TE IMPULSEN  
TUTOR: IBAI CEREIJO



## TEMA 3

# LOS TRES EJES DEL ÉXITO: EL PERSONAJE ATRACTIVO, LA CAUSA Y EL VIAJE DE TRANSFORMACIÓN

### ➔ EL PERSONAJE ATRACTIVO

¿DE DÓNDE VIENES? ¿QUÉ RASGOS TIENES? ¿CUÁL ES LA HISTORIA QUE TE HA LLEVADO HASTA DONDE ESTÁS?

➔ **PREGUNTA CLAVE:** ¿ESTÁS POR ENCIMA O AL MISMO NIVEL QUE TUS FANS?

➔ SI ESTÁS POR ENCIMA DE TUS FANS, **ERES UN ARTISTA ASPIRACIONAL**

➔ **¿QUÉ ES LA ESTRATEGIA ASPIRACIONAL?** MUESTRAS UN ESTILO DE VIDA CLARAMENTE SUPERIOR AL DE LA GENTE QUE TE VE Y TE HACES ADMIRAR POR ELLOS, DE ABAJO ARRIBA

➔ ¡OJO! LA ESTRATEGIA ASPIRACIONAL ES COSTOSA Y NO SE PUEDE FINGIR

➔ SI ESTÁS A LA MISMA ALTURA QUE TUS FANS, **ERES INSPIRACIONAL**

➔ **¿QUÉ ES LA ESTRATEGIA INSPIRACIONAL?** ESTÁS AL MISMO NIVEL QUE TUS FANS Y LO QUE COMPARTES ES UN RELATO MOTIVADOR SOBRE TU CAMINO, QUE RESULTA ÚTIL PARA EL CAMINO DE OTROS. EL ARTISTA INSPIRACIONAL AYUDA Y MOTIVA



### MÓDULO 4

CREA UNA MARCA ARTÍSTICA QUE TE HAGA ÚNICO Y CONECTA GENUINAMENTE CON FANS QUE TE IMPULSEN  
TUTOR: IBAI CEREIJO

## TEMA 3

# LOS TRES EJES DEL ÉXITO: EL PERSONAJE ATRACTIVO, LA CAUSA Y EL VIAJE DE TRANSFORMACIÓN

### ➔ LA CAUSA

¿CUÁL ES TU POR QUÉ? ¿QUÉ MOVIMIENTO ABANDERAS? ¿QUÉ PRINCIPIOS TE IMPULSAN, QUÉ TRATAS DE CONSEGUIR? ¿CUÁL DESEAS QUE SEA EL LEGADO DE TU CARRERA?

➔ **EJEMPLO #1:** REIVINDICAR EL TECHNO MELÓDICO ALEMÁN

➔ **EJEMPLO #2:** IMPULSAR LA ESCENA ELECTRÓNICA EN TU CIUDAD

➔ **EJEMPLO #3:** VISIBILIZAR LA FIGURA DE LA MUJER EN LA MÚSICA

➔ **EJEMPLO #4:** AYUDAR A LA GENTE TÍMIDA, INSEGURA O DESFAVORECIDA

➔ **EJEMPLO #5:** REIVINDICAR LA NOCHE EL MUNDO NOCTURNO

➔ **EJEMPLO #6:** PROCLAMAR EL OPTIMISMO Y LAS GANAS DE VIVIR

➔ **EJEMPLO #7:** LA UNIÓN ENTRE DOS GÉNEROS O FORMAS DE ARTE

➔ **EJEMPLO #8:** UNA PROTESTA SOCIAL O POLÍTICA



### MÓDULO 4

CREA UNA MARCA ARTÍSTICA QUE TE HAGA ÚNICO Y CONECTA GENUINAMENTE CON FANS QUE TE IMPULSEN  
TUTOR: IBAI CEREIJO

## TEMA 3

# LOS TRES EJES DEL ÉXITO: EL PERSONAJE ATRACTIVO, LA CAUSA Y EL VIAJE DE TRANSFORMACIÓN

### ➔ EL VIAJE DE TRANSFORMACIÓN

**¿QUÉ META CONCRETA SIGNIFICARÁ EL ÉXITO DE TU VIAJE? EXPRESA EL CAMBIO EXTERNO Y EL CAMBIO INTERNO QUE IMPLICARÁ EL ÉXITO DE TU CAUSA**



## MÓDULO 4

**CREA UNA MARCA ARTÍSTICA QUE TE HAGA ÚNICO Y CONECTA GENUINAMENTE CON FANS QUE TE IMPULSEN**  
TUTOR: IBAI CEREIJO

## TEMA 4

# ASÍ SE CREA UNA UNA COMUNIDAD DE FANS REALES A LOS QUE LES IMPORTAS Y TE IMPULSAN

- ➔ **PASO #1:** DEFINE A TU BUYER PERSONA O FAN IDEAL
- ➔ **PASO #2:** EXPRESA TU CAUSA: WHAT, WHY Y HOW
- ➔ **PASO #3:** DESCUBRE CÓMO PUEDES APORTAR VALOR Y OFRÉCELO
- ➔ **PASO #4:** INTERACTÚA, MOTIVA Y DA RECOMPENSAS
- ➔ **PASO #5:** MIDE LA TEMPERATURA DE TU PÚBLICO: FRÍO/TEMPLADO/  
CALIENTE
- ➔ **PASO #6:** CAPTURA A TU COMUNIDAD Y ALIMÉNTALA
- ➔ **PASO #7:** IDENTIFICA A TU NÚCLEO DURO Y CÉNTRATE EN ÉL



### MÓDULO 4

CREA UNA MARCA ARTÍSTICA QUE TE HAGA ÚNICO Y CONECTA GENUINAMENTE CON FANS QUE TE IMPULSEN  
TUTOR: IBAI CEREIJO

## TEMA 5

# DEFINE LA ESENCIA, EL CONTENIDO Y LA IMAGEN DE TU MARCA USANDO NUESTRO MODELO DE BRANDING

### ➔ TU ELEVATOR PITCH

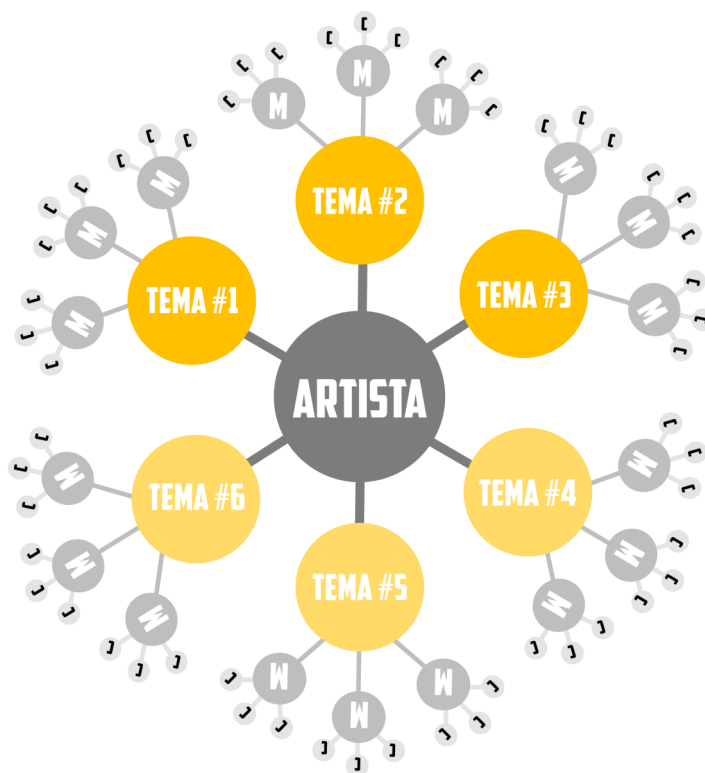
**TU PROPUESTA DE VALOR:** CONDENSA LA ESENCIA DE TU PROYECTO EN UN DISCURSO COMPACTO Y PERSUASIVO

### ➔ LA RUEDA TEMÁTICA

**DEFINE 6 TEMAS:** 3 PRINCIPALES Y 3 SECUNDARIOS, QUE SEAN VITALES EN LA DEFINICIÓN DE TU MARCA

➔ **POR CADA TEMA,** DEFINE UNA MARCA

➔ **POR CADA MARCA,** DEFINE TRES CONTENIDOS (MENCIONES, FOTOS, REVIEWS, ENTREVISTAS, LIVES...) Y PÚBLICALOS EN TUS REDES SOCIALES



## TEMA 5

# DEFINE LA ESENCIA, EL CONTENIDO Y LA IMAGEN DE TU MARCA USANDO NUESTRO MODELO DE BRANDING

### ➔ TU KIT DE BRANDING VISUAL

#### BRANDING VISUAL ACTIVO:

- MÚSICA
- PERSONALIDAD Y VALORES
- OTROS ARTISTAS CON LOS QUE TRABAJAS
- CON QUIÉN TE ASOCIAS
- PRESENCIA EN EL ESCENARIO

### ➔ BRANDING VISUAL ACTIVO:

- TU NOMBRE ARTÍSTICO
- LOGOTIPO E IMAGOTIPO
- SITIO WEB Y USUARIO EN RRSS
- BIO
- APARIENCIA FÍSICA Y ESTILISMO
- MATERIALES (PRESS KIT, DOSSIER, RIDER...)
- TONO, LO QUE ESCRIBES Y CÓMO COMUNICAS
- COLORES QUE USAS Y TIPOGRAFÍAS
- PUBLICACIONES EN REDES SOCIALES, FOTOS Y VÍDEOS



## MÓDULO 4

CREA UNA MARCA ARTÍSTICA QUE TE HAGA ÚNICO Y CONECTA GENUINAMENTE CON FANS QUE TE IMPULSEN  
TUTOR: IBAI CEREIJO



**CAMPUS DJ PRO**  
**TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS**  
[WWW.CAMPUSDJPRO.COM](http://WWW.CAMPUSDJPRO.COM)