



La experiencia de consultoría MIES

Qué ocurre antes, durante y después de la sesión

Una consultoría preparada, no improvisada

La consultoría MIES se prepara a partir del formulario, los objetivos planteados y los materiales compartidos por la persona solicitante. No parte de una fórmula prehecha: parte de la realidad de la marca, sus recursos, su historia, su público y las ideas que desea representar.

1. Antes de la consultoría

- La persona solicitante completa el formulario de diagnóstico y comparte los enlaces, materiales o referencias relevantes.
- Se identifican las preguntas prioritarias, el alcance deseado y los recursos disponibles.
- El consultor revisa el material para preparar una lectura inicial y organizar la conversación.

Preparación útil

Mientras más claro sea el contexto compartido - producto, público, objetivo, campañas previas, ideas, restricciones y referencias - más precisa puede ser la orientación.

2. Durante la consultoría

Durante la sesión, el consultor guía una conversación estructurada para comprender el caso y responder las preguntas centrales. La consultoría puede abordar identidad, comunicación, contenido, imagen, campañas o materiales concretos, según el alcance acordado.

- Revisa la identidad actual de la marca, sus canales y materiales disponibles.
- Retoma las preguntas prioritarias formuladas en el brief.
- Identifica qué señales se perciben con claridad y cuáles podrían estar dispersando, debilitando o confundiendo la comunicación.
- Distingue entre elementos que conviene preservar, ajustes que pueden generar mayor impacto y cambios que requieren más información antes de ser recomendados.
- Ayuda a definir la dirección visual y textual relevante: símbolos, palabras clave, tono, slogan, colores, referencias, mensajes, llamados a la acción o concepto de campaña.



- Usa herramientas de inteligencia artificial cuando aporten valor para visualizar, comparar o desarrollar posibilidades coherentes con el diagnóstico.

3. Materiales que pueden trabajarse

Dependiendo de la necesidad y del alcance, la consultoría puede ayudar a orientar o desarrollar materiales como:

- Propuesta o revisión de logo y emblema de marca.
- Paleta de color, estilo visual, referencias fotográficas o dirección de feed.
- Slogan, frases de marca, biografía, mensajes de venta o tono de comunicación.
- Portadas, publicaciones, campañas, piezas informativas o llamados a la acción.
- Guía de prioridades para que la marca implemente mejoras posibles de sostener.

4. Después de la sesión

El resultado esperado no es una lista de cambios desconectados, sino una dirección más clara: qué representa la marca, qué debe preservarse, qué conviene ordenar primero y qué materiales pueden ayudar a expresar mejor esa identidad.

- Resumen de hallazgos y prioridades.
- Recomendaciones visuales, textuales o estratégicas derivadas del diagnóstico.
- Propuestas o líneas de trabajo acordadas durante la sesión, cuando corresponda.
- Posibles pasos siguientes según la capacidad, recursos y objetivos de la marca.

Participación de la persona solicitante

La marca no es un objeto pasivo de análisis. La persona responsable participa aportando contexto, aclarando prioridades, compartiendo su experiencia y definiendo qué decisiones son viables. MIES aporta estructura y dirección; la colaboración permite que esa dirección sea auténtica y aplicable.

Resultado de valor

La meta de la consultoría es que la persona salga con más claridad sobre su identidad, una lectura comprensible de su comunicación actual y decisiones concretas que pueda visualizar, priorizar y aplicar.

MIES - análisis, dirección e IA aplicada