Análisis de posicionamiento de una marca conocida

Nombre: _____

Fecha: _____

Puntaje: _____

1.

¿Qué es el posicionamiento de marca en marketing?

1. El lugar donde se almacena la marca en el mercado
2. La manera en que los consumidores perciben una marca en relación con la competencia
3. El precio más bajo que una marca ofrece

2.

¿Por qué es importante definir el público objetivo para el posicionamiento de una marca?

1. Para adaptar el mensaje y los atributos a un grupo específico que valore lo que ofrece
2. Para que la marca sea conocida por todas las personas
3. Para reducir los costos de producción

3.

Nike se diferencia de Adidas principalmente por su enfoque en...

1. Moda urbana
2. Innovación tecnológica
3. Inspiración y rendimiento deportivo
4. Precios bajos

4.

Apple ha construido su posicionamiento en base a...

1. Productos económicos para todos
2. Diseño minimalista, innovación y facilidad de uso
3. Variedad de modelos a bajo costo
4. Colores llamativos

5.

Un mapa perceptual es una herramienta que...

1. Representa gráficamente cómo los consumidores perciben las marcas en relación a dos atributos clave
2. Muestra la ubicación física de las tiendas de una marca
3. Indica el precio de los productos en el mercado

6.

Si Nike fuera una persona, su personalidad sería probablemente...

1. Despreocupada y divertida
2. Audaz, motivadora y competitiva
3. Tímida y reservada
4. Lujosa y exclusiva

7.

Una declaración de posicionamiento debe incluir:

1. El nombre de la marca y su logotipo
2. El público objetivo, la categoría, el punto de diferencia y la razón para creer
3. El precio y el lugar de venta
4. Los colores corporativos

8.

Cuando una marca cambia su posicionamiento para atraer a un nuevo segmento, se llama...

1. Rediseño de logo
2. Reposicionamiento
3. Ampliación de línea
4. Diferenciación

9.

La ventaja competitiva de McDonald's sobre otras cadenas de comida rápida es...

1. Su servicio rápido, estandarizado y familiar
2. Sus hamburguesas gourmet
3. Sus precios más altos
4. Sus innovaciones tecnológicas

10.

El valor adicional que una marca aporta a un producto se conoce como...

1. Costo de producción
2. Valor de marca o brand equity
3. Precio de venta

11.

La propuesta única de venta (USP) de Apple en el mercado de teléfonos es...

1. Batería de larga duración
2. Sistema operativo intuitivo y ecosistema integrado
3. Cámara con mayor resolución
4. Precio más bajo

12.

Para que un posicionamiento sea efectivo, la marca debe ser _ en su comunicación.

1. Inconsistente
2. Consistente
3. Sorpresiva

13.

La imagen de marca es la percepción actual que tienen los consumidores, mientras que el posicionamiento es...

1. El logotipo de la marca
2. La estrategia para lograr una percepción deseada
3. El precio de la marca
4. La cantidad de productos vendidos

14.

Si una marca se posiciona como 'la más duradera', está usando un enfoque basado en...

1. Atributos del producto
2. Precio
3. Expectativas del consumidor

15.

El eslogan 'Just Do It' de Nike apela principalmente a...

1. La lógica y el precio
2. Las emociones y la motivación personal
3. La comodidad del producto
4. La moda

16.

El eslogan principal de Nike es: '____'.

Respuesta: _____

17.

La famosa campaña de Apple de 1997 utilizó el eslogan: 'Think _____'.

Respuesta: _____

18.

El nombre del payaso mascota de McDonald's es: _____.

Respuesta: _____

19.

El logo de McDonald's está formado por dos arcos dorados. ¿Cuántos arcos tiene? (responde con número): _____.

Respuesta: _____

20.

Antes de llamarse Nike, la empresa fundada por Phil Knight y Bill Bowerman se llamaba: _____.

Respuesta: _____