Guia de practica - Medición del valor de marca

Nombre: _____

Fecha: _____

Puntaje: _____

1.

¿Qué es el equity de marca?

1. Solo el valor financiero de la marca en el mercado
2. El valor que el consumidor percibe de la marca
3. Tanto el valor financiero como la percepción del consumidor
4. El valor de la publicidad de la marca

Respuesta correcta:
C.

Tanto el valor financiero como la percepción del consumidor

2.

La capacidad de un consumidor de recordar una marca sin ninguna pista o ayuda se denomina brand _____.

Respuesta: _____

Respuesta correcta:

recall

3.

¿Cuál de los siguientes NO es una dimensión del brand awareness?

1. Top of mind
2. Brand recall
3. Brand recognition
4. Brand loyalty

Respuesta correcta:
D.

Brand loyalty

4.

Un consumidor compra la misma marca repetidamente porque se siente satisfecho con ella. Este comportamiento se conoce como:

1. Brand recognition
2. Brand loyalty
3. Brand image
4. Brand equity

Respuesta correcta:
B.

Brand loyalty

5.

En el Net Promoter Score (NPS), la fórmula es: NPS = % Promotores - % _____.

Respuesta: _____

Respuesta correcta:

Detractores

6.

¿Cuál de los siguientes factores influye en la calidad percibida de una marca?

1. El precio
2. La publicidad
3. Las características del producto
4. Todos los anteriores

Respuesta correcta:
D.

Todos los anteriores

7.

Cuando un consumidor asocia la marca Volvo con seguridad, esa asociación es de tipo:

1. Atributo
2. Beneficio
3. Actitud
4. Personalidad

Respuesta correcta:
B.

Beneficio

8.

Una marca es muy conocida pero tiene baja repetición de compra. ¿Qué métrica probablemente será baja?

1. Brand awareness
2. Brand recall
3. Brand loyalty
4. Brand image

Respuesta correcta:
C.

Brand loyalty

9.

El conjunto de características humanas que se atribuyen a una marca se conoce como brand _____.

Respuesta: _____

Respuesta correcta:

personality

10.

¿Qué modelo se centra en construir un equity de marca basado en el cliente (customer-based brand equity)?

1. Modelo de Aaker
2. Modelo de Keller (CBBE)
3. Modelo de Kapferer
4. Tanto A como B son correctas

Respuesta correcta:
B.

Modelo de Keller (CBBE)

11.

Según el modelo de Aaker, ¿cuál de los siguientes NO es un componente del equity de marca?

1. Lealtad de marca
2. Conocimiento de marca
3. Asociaciones de marca
4. Posicionamiento de marca

Respuesta correcta:
D.

Posicionamiento de marca

12.

Una marca tiene 60% de promotores y 20% de detractores. ¿Cuál es su Net Promoter Score?

1. 40
2. 80
3. 20

Respuesta correcta:
A.

40

13.

En el modelo CBBE de Keller, el nivel más alto de relación con la marca se denomina brand _____.

Respuesta: _____

Respuesta correcta:

resonance

14.

¿Cuál de los siguientes es un método de valoración de marca basado en ingresos?

1. Market share
2. Royalty relief
3. Historical cost
4. Conjoint analysis

Respuesta correcta:
B.

Royalty relief

15.

¿Cuál es la diferencia entre brand recognition y brand recall?

1. Recognition requiere un estímulo, recall no
2. Recall requiere un estímulo, recognition no
3. Ambos requieren un estímulo
4. Ninguna diferencia

Respuesta correcta:
A.

Recognition requiere un estímulo, recall no

16.

La facilidad con la que una marca viene a la mente en diferentes situaciones se denomina brand _____.

Respuesta: _____

Respuesta correcta:

salience

17.

¿Cuál de los siguientes NO es un método para medir la lealtad de marca?

1. Tasa de recompra
2. Share of wallet
3. Switching de marca
4. Brand awareness

Respuesta correcta:
D.

Brand awareness

18.

Una marca tiene alta notoriedad pero baja calidad percibida. ¿Cuál es el probable impacto en el equity de marca?

1. Positivo
2. Negativo
3. Neutral
4. Depende del precio

Respuesta correcta:
B.

Negativo

19.

Ordena las etapas del modelo CBBE de Keller: 1) Saliencia, 2) Performance/Imaginería, 3) Juicios/Sentimientos, 4) Resonancia. ¿Cuál es el orden correcto?

1. 1 - 2 - 3 - 4
2. 2 - 1 - 3 - 4
3. 1 - 3 - 2 - 4
4. 4 - 3 - 2 - 1

Respuesta correcta:
A.

1 - 2 - 3 - 4

20.

¿Qué concepto se refiere al grado en que una marca se percibe como distintiva y superior frente a la competencia?

1. Brand relevance
2. Brand differentiation
3. Brand resonance
4. Brand attachment

Respuesta correcta:
B.

Brand differentiation

Respuestas

1. **C.**

   Tanto el valor financiero como la percepción del consumidor

2. recall
3. **D.**

   Brand loyalty

4. **B.**

   Brand loyalty

5. Detractores
6. **D.**

   Todos los anteriores

7. **B.**

   Beneficio

8. **C.**

   Brand loyalty

9. personality
10. **B.**

    Modelo de Keller (CBBE)

11. **D.**

    Posicionamiento de marca

12. **A.**

    40

13. resonance
14. **B.**

    Royalty relief

15. **A.**

Recognition requiere un estímulo, recall no

16. salience
17. **D.**

    Brand awareness
18. **B.**

    Negativo
19. **A.**

    1 - 2 - 3 - 4
20. **B.**

    Brand differentiation