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

Respuesta correcta:
B.

La manera en que los consumidores perciben una marca en relación con la competencia

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

Respuesta correcta:
A.

Para adaptar el mensaje y los atributos a un grupo específico que valore lo que ofrece

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

Respuesta correcta:
C.

Inspiración y rendimiento deportivo

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

Respuesta correcta:
B.

Diseño minimalista, innovación y facilidad de uso

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

Respuesta correcta:
A.

Representa gráficamente cómo los consumidores perciben las marcas en relación a dos atributos clave

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

Respuesta correcta:
B.

Audaz, motivadora y competitiva

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

Respuesta correcta:
B.

El público objetivo, la categoría, el punto de diferencia y la razón para creer

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

Respuesta correcta:
B.

Reposicionamiento

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

Respuesta correcta:
A.

Su servicio rápido, estandarizado y familiar

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

Respuesta correcta:
B.

Valor de marca o brand equity

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

Respuesta correcta:
B.

Sistema operativo intuitivo y ecosistema integrado

12.

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

1. Inconsistente
2. Consistente
3. Sorpresiva

Respuesta correcta:
B.

Consistente

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

Respuesta correcta:
B.

La estrategia para lograr una percepción deseada

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

Respuesta correcta:
A.

Atributos del producto

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

Respuesta correcta:
B.

Las emociones y la motivación personal

16.

El eslogan principal de Nike es: '___'.

Respuesta: _____

Respuesta correcta:

Just Do It

17.

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

Respuesta: _____

Respuesta correcta:

Different

18.

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

Respuesta: _____

Respuesta correcta:

Ronald McDonald

19.

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

Respuesta: _____

Respuesta correcta:

2

20.

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

Respuesta: _____

Respuesta correcta:

Blue Ribbon Sports

Respuestas

1. **B.**

   La manera en que los consumidores perciben una marca en relación con la competencia

2. **A.**

   Para adaptar el mensaje y los atributos a un grupo específico que valore lo que ofrece

3. **C.**

   Inspiración y rendimiento deportivo

4. **B.**

   Diseño minimalista, innovación y facilidad de uso

5. **A.**

   Representa gráficamente cómo los consumidores perciben las marcas en relación a dos atributos clave

6. **B.**

   Audaz, motivadora y competitiva

7. **B.**

   El público objetivo, la categoría, el punto de diferencia y la razón para creer

8. **B.**

   Reposicionamiento

9. **A.**

   Su servicio rápido, estandarizado y familiar

10. **B.**

    Valor de marca o brand equity

11. **B.**

    Sistema operativo intuitivo y ecosistema integrado

12. **B.**

Consistente

13. **B.**

    La estrategia para lograr una percepción deseada

14. **A.**

    Atributos del producto

15. **B.**

    Las emociones y la motivación personal

16. Just Do It
17. Different
18. Ronald McDonald
19. 2
20. Blue Ribbon Sports