Guia de practica - Estrategias de posicionamiento: líder, retador, seguidor y especialista

Nombre: _____

Fecha: _____

Puntaje: _____

1.

¿Cuál es la principal característica de la estrategia de posicionamiento como líder del mercado?

1. Innovar constantemente para mantenerse a la vanguardia
2. Imitar a la competencia para reducir riesgos
3. Atacar directamente al líder con campañas agresivas
4. Enfocarse en un nicho pequeño y específico

2.

Una empresa que decide atacar al líder con promociones agresivas y precios más bajos está implementando una estrategia de:

1. Líder
2. Retador
3. Seguidor
4. Especialista

3.

¿Qué tipo de empresa suele evitar la confrontación directa y prefiere adaptar las innovaciones de los líderes a su propio mercado?

1. Líder
2. Retador
3. Seguidor
4. Especialista

4.

Un ejemplo clásico de estrategia de especialista es una empresa que:

1. Vende productos genéricos para todo tipo de consumidores
2. Se enfoca exclusivamente en relojes de lujo para coleccionistas
3. Compite directamente con Coca-Cola en el mercado de refrescos
4. Imita el diseño de teléfonos inteligentes de la marca líder

5.

La estrategia de posicionamiento que busca dominar la percepción del cliente en una categoría de producto se conoce como estrategia de __.

Respuesta: _____

6.

¿Cuál de las siguientes NO es una táctica típica de un retador?

1. Guerra de precios
2. Imitación de productos del líder
3. Ataques publicitarios directos
4. Innovación en canales de distribución

7.

Una empresa que decide no innovar y simplemente reproducir las ofertas del líder con cambios menores está adoptando una estrategia de:

1. Líder
2. Retador
3. Seguidor
4. Especialista

8.

¿En qué tipo de mercado es más probable que prospere una estrategia de especialista?

1. Mercado masivo con pocos competidores
2. Mercado de nicho con clientes con necesidades específicas
3. Mercado de commodities con precios uniformes
4. Mercado global dominado por grandes empresas

9.

El tipo de estrategia que consiste en atacar a la competencia en sus puntos débiles, por ejemplo mediante una campaña comparativa, se llama estrategia de __.

Respuesta: _____

10.

¿Cuál es el principal riesgo de ser un líder de mercado?

1. Es difícil mantener la innovación constante
2. Se tienen pocos recursos para marketing
3. El nicho es demasiado pequeño
4. Se depende de imitar a la competencia

11.

Una compañía que se posiciona como 'la opción más económica' dentro de su categoría probablemente sigue una estrategia de:

1. Líder
2. Retador
3. Seguidor
4. Especialista

12.

¿Qué estrategia es más adecuada para una empresa pequeña con recursos limitados que desea evitar costos de innovación y prefiere copiar las mejores prácticas del mercado?

1. Líder
2. Retador
3. Seguidor
4. Especialista

13.

Una empresa que decide concentrarse exclusivamente en un segmento de mercado reducido, ofreciendo un producto muy específico, está usando una estrategia de __.

Respuesta: _____

14.

¿Qué diferencia fundamental existe entre un retador y un seguidor?

1. El retador ataca directamente al líder; el seguidor lo imita
2. El retador es más pequeño que el seguidor
3. El retador se enfoca en nichos; el seguidor en el mercado masivo
4. El retador es un líder en declive; el seguidor es el nuevo líder

15.

Una empresa líder que lanza continuamente nuevas versiones de su producto para mantener su ventaja está aplicando una estrategia de:

1. Defensa de posición
2. Ataque frontal
3. Flanqueo
4. Guerra de guerrillas

16.

La estrategia que busca 'ser diferente' en un aspecto relevante para los consumidores, pero sin dominar toda la categoría, es la del __.

Respuesta: _____

17.

¿Cuál de los siguientes es un ejemplo de estrategia de retador?

1. Coca-Cola lanzando nuevos sabores de su bebida clásica
2. Pepsi realizando una campaña comparativa directa contra Coca-Cola
3. Una tienda local imitando el menú de McDonald's
4. Rolex fabricando relojes de lujo para coleccionistas

18.

Una empresa que decide enfocarse en un segmento de edad muy específico (por ejemplo, solo niños de 5 a 10 años) para vender juguetes educativos está adoptando una estrategia de:

1. Líder
2. Retador
3. Seguidor
4. Especialista

19.

¿Qué tipo de estrategia de posicionamiento utiliza normalmente una empresa que quiere crecer rápidamente capturando clientes insatisfechos del líder?

1. Líder
2. Retador
3. Seguidor
4. Especialista

20.

En la matriz de posicionamiento competitivo, la empresa que tiene la mayor cuota de mercado y establece el ritmo de innovación es el:

1. Retador
2. Seguidor
3. Especialista
4. Líder