



## ESTRUCTURA AUDITORÍA EXTERNA POSICIONAMIENTO (I) (instrucciones)

### ESTRUCTURA AUDITORÍA EXTERNA POSICIONAMIENTO (I)

#### VARIABLES DE POSICIONAMIENTO VALOR Y FACTORES CLAVE PRODUCTO

Reconocimiento de marca	1 2 3 4 5		
	Esperado	Entregado	Gap (EN-ES)
Calidad	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Valor entregado	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Precio	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Fiabilidad	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Experiencia de uso	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Experiencia de compra	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Entrega	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Servicio post-venta	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Volverías a comprar?	Si No ?		
Nos recomendarías?	1 2 3 4 5		

La mejor puntuación es 5

#### VARIABLES DE POSICIONAMIENTO CON RESPECTO A... (EMPRESA)

##### Cómo nos ves con respecto a..

Competidor 1..	-1 -2 = +1
Competidor 2..	-1 -2 = +1 +2
Competidor 3..	-1 -2 = +1 +2
Competidor 4..	-1 -2 = +1 +2
Competidor 5..	-1 -2 = +1 +2

##### NOTAS Y APRENDIZAJE SOBRE POSICIONAMIENTO

¿Es reconocida actualmente nuestra marca?

Vamos a preguntar sobre lo que ellos (los clientes) esperan que les entreguemos de algunas variables

Vamos a ver lo que ellos (los clientes) piensan que les hemos entregado de cada una de esas variables

Vamos a medir las diferentes (gaps) entre lo que esperan y lo que les entregamos. Esta será una de las bases de acción

Vamos a preguntar sobre cómo nos ven con respecto a una serie de competidores que nosotros hemos definido previamente

Vamos a poner las notas sobre el aprendizaje obtenido con la Auditoría externa