



# Desarrollo de posicionamiento/ Auditoría interna

## ESTRUCTURA AUDITORÍA INTERNA POSICIONAMIENTO (I)

### VARIABLES DE POSICIONAMIENTO VALOR Y FACTORES CLAVE PRODUCTO

### NOTAS Y ACCIONES SOBRE POSICIONAMIENTO

	Nos vemos					Nos ven									
Reconocimiento de marca	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5					
	Esperado		Entregado		Gap (EN-ES)		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	?				Si	No	?						
Nos recomendarías?	1	2	3	4	5				1	2	3	4	5		

La mejor puntuación es 5