



# 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