

ESTUDIO DE POSICIONAMIENTO



“ El Marketing no es una batalla de producto, es una batalla de percepciones ”

A través del **Estudio de Posicionamiento** podrá determinar **qué posición ocupa su marca en la mente del consumidor** y compararla con la de la competencia.

El posicionamiento...

...define la imagen que la empresa desea transmitir, con la finalidad de que su público objetivo perciba su **ventaja competitiva** frente a la competencia.

Objetivo, detectar el gap entre...

Posicionamiento perseguido \longleftrightarrow GAP \longleftrightarrow Posicionamiento percibido



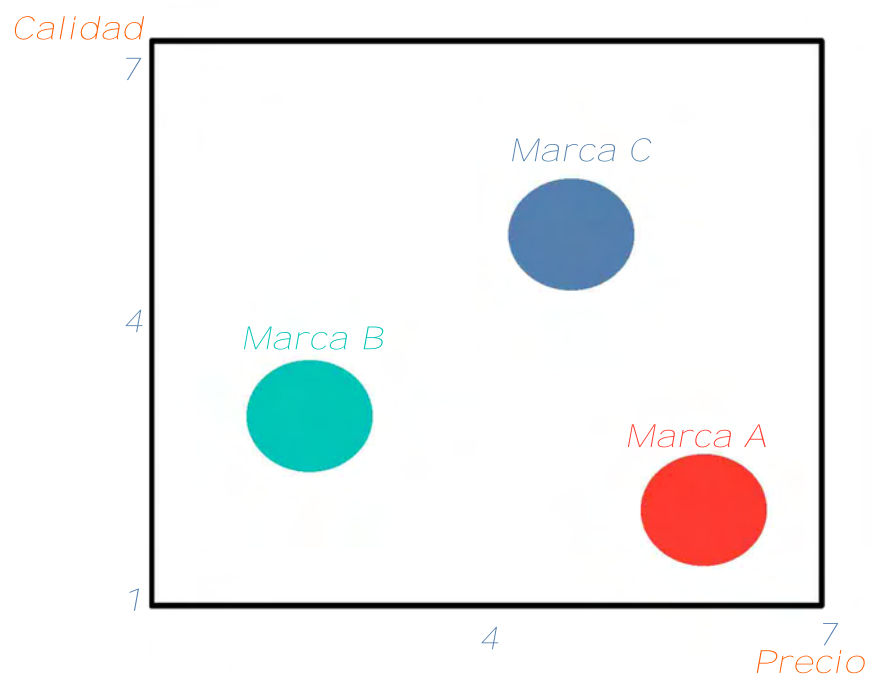
El estudio de posicionamiento se ocupa de determinar cómo es percibida una determinada marca, y además ponerla en relación respecto de otras marcas para un entorno determinado.

¿Qué variables estudiar?

- Notoriedad de marca
- Recuerdo espontáneo y sugerido
- Valoración de atributos asociados a la marca
- Comparativa de atributos entre marcas
- Motivos de elección de marca

Técnicas de Investigación
CAPI (encuesta personal)
CATI (encuesta telefónica)
Encuesta online

En base a las valoraciones obtenidas por la marca y sus competidores en cada uno de los atributos se elaborará un **mapa de posicionamiento**. En él se situarán las distintas marcas evaluadas basándonos en comparaciones bivariadas.



Del posicionamiento de la empresa dependerá el diseño de las posteriores estrategias de Marketing, de ahí que conocer el posicionamiento de nuestra marca sea vital para el éxito.