



BOSS

WOMEN IN FAMILY BUSINESSES



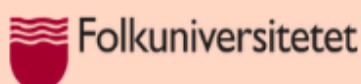
PROGRAMA DE FORMACIÓN PARA MUJERES LÍDERES
EN LAS EMPRESAS FAMILIARES EUROPEAS

MÓDULO 2 Marketing y Ventas:

Promocionando la empresa familiar

PARTE PRÁCTICA

2022-1-SE01-KA220-ADU-000087596



CUESTIONARIO

1. La actividad de creación, comunicación, entrega e intercambio de ofertas que beneficien a la organización, a sus grupos de interés y a la sociedad en general se denomina _____.
 - A. Mercadotecnia
 - B. Planificación creativa
 - C. Consumismo
 - D. Publicidad y promoción

2. Los principios del marketing son _____.
 - A. conceptos que los especialistas en marketing deben conocer y respetar en la industria
 - B. conceptos de marketing aceptados que las empresas utilizan para crear estrategias de marketing exitosas
 - C. Conceptos de marketing aceptados que los especialistas en marketing deben utilizar al publicitar sus productos
 - D. Los conceptos que diferencian el marketing de las ventas.

3. ¿Qué es el marketing digital?
 - A. Optimización de motores de búsqueda
 - B. Marketing en buscadores
 - C. Optimización de redes sociales
 - D. Todas las anteriores

4. Una estrategia de marketing debe abarcar:
 - A. Investigación, Promoción, Medición, Metas
 - B. Investigación, Promoción, Estadísticas, Retorno de la Inversión (ROI)
 - C. Investigación, Posicionamiento, Promoción, Medición
 - D. Investigación, Posicionamiento, Cronograma, Hojas de presupuesto

5. ¿El proceso de recopilación de datos sobre posibles rivales y tendencias del mercado se llama?
- A. Análisis de mercado
 - B. Análisis DAFO
 - C. Análisis de la competencia
 - D. Análisis PEST
6. La descripción de una población de acuerdo con características seleccionadas como la edad, el sexo, la etnia, los ingresos y la ocupación se denomina _____.
- A. Demografía
 - B. Demográfica
 - C. Conducta
 - D. Psicográfica
7. ¿Qué es un perfil de usuario?
- A. Un perfil de usuario es su cliente más leal que se utiliza como ejemplo.
 - B. Un perfil de usuario es una plantilla estática, un simple estereotipo intercambiables con los de la empresa de al lado.
 - C. Un perfil de usuario es un perfil ficticio de tu cliente ideal que te ayuda a entender qué problemas debes abordar con tu producto.
 - D. Ninguna de las anteriores
8. ¿Cuál es el objetivo principal de la gestión de las relaciones con los clientes (GRC) en una empresa familiar?
- A. Para aumentar únicamente los beneficios a corto plazo.
 - B. Para recopilar y almacenar información irrelevante de los clientes.
 - C. Mejorar la satisfacción, la lealtad y la retención del cliente
 - D. Sustituir la interacción humana por la automatización.
9. ¿Por qué es importante que las marcas interactúen con su audiencia en las redes sociales?
- A. Para compartir fotos personales de sus vacaciones
 - B. Para aumentar el tráfico del sitio web
 - C. Fomentar conexiones significativas y compromiso con el cliente
 - D. Para poner a prueba sus conocimientos de trivialidades

10. ¿Cuál es el primer paso en el proceso de venta de una empresa familiar?

- A. Presentación
- B. Prospección
- C. Cierre de la venta
- D. Seguimiento

11. ¿De qué se ocupa principalmente la gestión de la cadena de suministro?

- A. Aumento de los precios de los productos individuales
- B. Reducción de la satisfacción del cliente
- C. Gestión eficiente del flujo de bienes y servicios de los proveedores a los consumidores
- D. Crear conciencia de marca a través de la publicidad

12. ¿Quiénes son las partes interesadas clave dentro de una cadena de suministro?

- A. Solo los proveedores
- B. Solo los clientes
- C. Proveedores, fabricantes, distribuidores, minoristas y clientes
- D. Solo la competencia en el mercado

13. ¿Cuál es uno de los beneficios de una gestión eficaz de la cadena de suministro?

- A. Precios más altos de los productos
- B. Reducción de la calidad del producto
- C. Mejora de la satisfacción del cliente y reducción de costos
- D. Disminución de la disponibilidad del producto

14. ¿Cuál es la importancia de construir relaciones sostenibles con los clientes?

- A. No tiene ningún impacto en el éxito empresarial.
- B. Las relaciones sostenibles pueden conducir a una mayor lealtad y confianza de los clientes
- C. Puede hacer que los clientes sean más exigentes y difíciles de trabajar.
- D. Las relaciones sostenibles solo importan en las grandes corporaciones.

15. ¿Por qué es importante el networking con empresas y organizaciones sostenibles para una empresa familiar?

- A. No tiene ningún impacto en una empresa familiar.
- B. La creación de redes con entidades sostenibles puede dar lugar a asociaciones y colaboraciones valiosas.

- C. Las empresas sostenibles no están interesadas en asociarse con empresas familiares.
- D. La creación de redes solo es útil para las grandes corporaciones.
16. ¿Cómo puede beneficiar a una empresa familiar la creación de asociaciones con proveedores sostenibles?
- A. No aporta ninguna ventaja.
- B. Los proveedores sostenibles suelen ofrecer una mejor calidad y valor añadido
- C. Conduce a una mayor competencia entre los proveedores.
- D. Los proveedores sostenibles solo sirven a las grandes empresas.
17. ¿Cuál es el propósito de la Lista de verificación para los aspectos legales en ventas y marketing?
- A. Trazar las mejores estrategias de ventas y marketing.
- B. Proporcionar orientación sobre prácticas comerciales éticas.
- C. Resumir las consideraciones legales en las ventas y el marketing
- D. Promover los derechos de autor y el copyleft en el marketing.
18. ¿Por qué es importante para las empresas entender el derecho de la publicidad?
- A. No tiene relevancia para las operaciones comerciales.
- B. Ayuda a las empresas a crear anuncios más atractivos.
- C. El cumplimiento de la ley de publicidad evita problemas legales y sanciones
- D. La ley de publicidad solo se aplica a las grandes corporaciones.
19. ¿Qué abarca la protección de datos y la privacidad en el contexto de las ventas y el marketing?
- A. Se refiere a la protección de los secretos comerciales de los competidores.
- B. Se trata de salvaguardar los datos de los clientes y respetar las normas de privacidad
- C. Está relacionado con la protección de los diseños de productos contra la infracción de los derechos de autor.
- D. La protección de datos y la privacidad no son relevantes para las actividades de ventas y marketing.
20. Cualquier imagen, nombre, idea o combinación de estos utilizados para distinguir los bienes o servicios de un vendedor se denomina _____.
- A. Nombre de la marca
- B. Marca

C. Nombre comercial

21. Una actitud favorable hacia una sola marca y una compra constante a lo largo del tiempo se denomina _____.

- A. Lealtad conductual
- B. Lealtad del consumidor
- C. Sesgo de marca
- D. Lealtad a la marca

22. El Prisma de Identidad de Marca, también conocido como Prisma de Identidad de Marca de Kapferer, es una herramienta muy útil porque _____.

- A. Te ayuda a entender lo que necesitan los clientes
- B. Te ayuda a entender cómo funciona la identidad de marca y cómo comunicarla al cliente
- C. Te ayuda a ganar lealtad a la marca
- D. Todas las anteriores

Respuestas correctas: 1.a 2.b 3.d 4.c 5.c 6.a 7.c 8.c 9.c 10.b 11.c 12.c 13.c 14.b 15.b 16.b 17.c 18.c 19.b 20.a 21.d 22.b