
Plantilla de Auditoría de Marca

Decide y considera una estrategia

Nombre de la empresa:

Huckberry

Describe brevemente qué hace tu compañía.

Huckberry vende equipo para actividades al aire libre y ropa para hombres.
para vivir al aire libre.

¿Qué se va a analizar durante este proceso de auditoría de marca?

Estaremos analizando lo siguiente:

- Rendimiento SEO
- Competidores
- Encuestas de clientes y empleados
- Analista de la red

Plantilla de Auditoría de Marca

Decide y considera una estrategia

Define tu cliente objetivo:

Nuestro cliente objetivo consiste en hombres que disfrutan de aventuras al aire libre, desde caminatas hasta pesca. Nuestro cliente objetivo se encuentra en los Estados Unidos y tiene entre 24 y 35 años.

¿Cómo quieres que te vean tus clientes objetivo?

Queremos que nuestros clientes nos vean como la marca "ir a" para todos sus equipos y ropa para actividades al aire libre. No solo queremos ser percibidos como una tienda, sino que queremos que nuestros clientes nos vean como una comunidad de chicos que comparten sus aventuras al aire libre entre ellos.

¿Cuáles son los objetivos a corto y largo plazo de tu empresa?

Nuestro objetivo a corto plazo es aumentar las ventas en un 40% para el año en curso.

Nuestro objetivo a largo plazo es incorporar un 30 % más de proveedores y productos a nuestro catálogo de productos.

Plantilla de Auditoría de Marca

Decide y considera una estrategia

¿Cuál es la visión de tu empresa?

La visión de Huckberry es convertirse en el proveedor líder de ropa para hombres y equipo para actividades al aire libre.

¿Cuál es la misión de tu empresa?

La misión de Huckberry es equipar y despertar el explorador y aventurero interior en todos los hombres.

¿Cuáles son los valores de tu empresa?

Nuestros valores:

- Honestidad
- Mantenerse fiel a sus raíces
- Descubrimiento

¿Quién es tu competencia?

Nuestros principales competidores son:

- The North Face
- Patagonia

Plantilla de Auditoría de Marca

Decide y considera una estrategia

¿Cuáles son las fortalezas de tu empresa?

- Tenemos una gran comunidad de hombres que participan en el contenido social de nuestra marca.
- No tenemos gastos minoristas físicos, estamos completamente en línea.

¿Cuáles son las debilidades de tu empresa?

- No estamos tan consolidados como nuestros principales competidores.
- Nuestra selección de productos no es tan amplia como la de nuestros competidores.
- No tenemos nuestra propia marca de etiqueta privada.

¿Qué crees que diferencia a tu marca de tu competencia?

- Solo admitimos y almacenamos marcas locales con sede en los Estados Unidos.

Plantilla de Auditoría de Marca

Evaluar los activos de marketing de la empresa

URL del sitio web

www.huckberry.com

Añade tu logotipo aquí:



¿Tu logotipo actual refleja el mensaje de marca previsto?

Sí

¿El esquema de color de tu sitio web y logotipo refleja el mensaje de la marca objetivo?

Sí

¿La tipografía del sitio web refleja el mensaje de la marca objetivo?

Sí

Plantilla de Auditoría de Marca

Evaluar los activos de marketing de la empresa

¿Tu sitio web usa el vocabulario de tu audiencia?

Sí

¿Tienes contenido que sea útil para tu público objetivo?

Sí

¿Tus anuncios impresos reflejan la voz de tu empresa?

No aplica

¿Qué mejoras puedes hacer en tu marca visual?

Ninguno, nuestra marca visual es acertada.

Plantilla de Auditoría de Marca

Revisa las estadísticas sociales y web

Enumera las 5 principales fuentes de tráfico:

-Google search -Email
-Facebook -Reddit
-Referencias

¿Cuáles son los datos demográficos de las personas que visitan tu sitio web?

Nuestros visitantes actuales consisten principalmente en hombres ubicados en los Estados Unidos (87%) y Canadá (13%). Los visitantes tienen entre las edades de 27 y 32.

¿Cuál es la tasa de conversión general de tu página de destino?

0.9%

¿Qué páginas de destino están funcionando mejor?

<https://huckberry.com/store/shop/proof-the-rover-pant>
<https://huckberry.com/store/shop/flint-and-tinder-flannel-lined-waxed-trucker>
<https://huckberry.com/store/shop/flint-and-tinder-10-year-collection>
<https://huckberry.com/store/shop/flint-and-tinder-365-pants-plus-shorts>
<https://huckberry.com/store/greys>

Plantilla de Auditoría de Marca

Revisa las estadísticas sociales y web

¿Cuál es la tasa de rebote promedio?

65%

¿Cuál es el tiempo de permanencia promedio?

2.5 minutos

¿Qué contenido web recibe más tráfico?

El contenido de nuestro blog sobre aventuras se está volviendo la mayor parte del tráfico. El contenido sobre comidas y bebidas, estilo y bienestar no está funcionando bien.

¿Qué contenido de las redes sociales está obteniendo una mayor participación?

Nuestro contenido social dando videos explicativos sobre cómo funcionan nuestros productos es obtener la mayor cantidad de Me gusta, acciones y comentarios.

Plantilla de Auditoría de Marca

Revisa las estadísticas sociales y web

¿Qué contenido de las redes sociales está enviando más tráfico a tu sitio web?

Nuestro contenido de video en las redes sociales sobre escalar montañas y acampar está enviando la mayor parte del tráfico a nuestro sitio.

¿Qué puedes hacer para mejorar el rendimiento de las redes sociales?

Concéntrese en producir más contenido de video sobre nuestros productos únicos, tal vez brinde una historia de fondo al producto.

¿Qué puedes hacer para mejorar el rendimiento SEO?

- Añadir etiquetas meta a las páginas que no tienen
- Optimizar Web vitales principales
- Eliminar etiquetas H1 duplicadas
- Reducir el tamaño total del archivo de página

Plantilla de Auditoría de Marca

Crea una encuesta para los clientes

¿Qué opinan los clientes de tu empresa?

A nuestros clientes les encanta nuestra exclusiva selección de productos y nuestro apoyo a los proveedores locales.

¿Qué palabras comunes han usado los clientes para describir tu empresa?

-Aventurero
-Terroso
-Honesto

Según tus clientes, ¿qué problema resuelve tu empresa?

Nuestros clientes afirman que les ayudamos a encontrar el equipo adecuado para la ocasión adecuada, ya sea senderismo, pesca, acampada o escalada en roca.

Plantilla de Auditoría de Marca

Crea una encuesta para los clientes

Según tus clientes, ¿qué puedes hacer para mejorar tus productos y servicios?

Nuestros clientes han declarado que debemos intentar mejorar nuestro tiempo de entrega.

¿Recomendarían los clientes tu empresa a familiares y amigos?

Sí, en su mayoría.

Plantilla de Auditoría de Marca

Encuesta para los empleados

¿Qué piensan los empleados de tu empresa?

Nuestros empleados piensan que nuestra marca resuelve un problema de una manera única: seleccionando los mejores productos locales para aventuras al aire libre.

¿Qué palabras comunes han usado los empleados para describir tu empresa?

- Consciente
- Honesto
- Humilde

Según los empleados, ¿cuáles son las razones por las que los clientes compran en tu empresa?

Nuestros empleados piensan que los clientes nos compran debido a nuestros mensajes de marca específicos y narración visual.

Plantilla de Auditoría de Marca

Encuesta para los empleados

Según los empleados, ¿cómo puedes mejorar tus productos o servicios?

Nuestros empleados piensan que deberíamos tratar de expandir nuestra selección de productos, sin confundir a nuestros clientes con demasiada variedad de productos. Piensan que deberíamos añadir nuevas líneas de productos.

Según la encuesta de los empleados, ¿qué puedes implementar para mejorar el posicionamiento de tu empresa?

Nuestros empleados piensan que deberíamos centrarnos más en el contenido de video, más específicamente en el contenido de video de YouTube. Sienten que deberíamos agregar más contenido sobre cómo se utilizan nuestros productos en aplicaciones de la vida real.

Plantilla de Auditoría de Marca

Evaluación de la competencia

¿Por qué la gente compra a tu competencia?

Creemos que las personas compran a nuestros competidores porque la mayoría de las marcas competidoras ya han establecido negocios en la industria.

¿Cuáles son las fortalezas y debilidades de tu competencia?

Las fortalezas de los competidores son que la mayoría de ellos tienen su propia marca privada y producen/fabrican los artículos ellos mismos.

En segundo lugar, nuestros competidores parecen poder entregar productos en un plazo más corto que nosotros.

Plantilla de Auditoría de Marca

Evaluación de la competencia

¿Cómo es el rendimiento SEO de tu competencia?

El rendimiento SEO de nuestro competidor es bueno.

Muchos de ellos están clasificados en la primera posición para nuestras palabras clave objetivo y tienen sitios optimizados para SEO.

¿Cuáles son los contenidos de mayor ranking de tu competencia?

TheNorthFace:

-<https://www.thenorthface.com/journal/2017/hike-in-camping.html>

-<https://www.thenorthface.com/journal/2016/biology-of-running.html>

Plantilla de Auditoría de Marca

Evaluación de la competencia

¿A qué palabras clave se dirigen?

north face chaqueta
north face chaleco
north face salida
north face mochila

¿Cuáles son los contenidos sociales de mayor rendimiento de tu competencia?

El contenido social con mejor rendimiento se trata de aventuras al aire libre que muestran la funcionalidad de sus productos.

Plantilla de Auditoría de Marca

Toma una decisión en base a tus hallazgos

¿Cuáles son las cosas más inmediatas que puedes hacer para mejorar tu marca? ¿Cuándo deberían estar hechas?

Podemos comenzar a producir más videos de YouTube.

contenido y realizar la optimización de la tasa de conversión en nuestras páginas de destino que no están funcionando tan bien. Deberíamos tratar de completar estas acciones para el próximo trimestre.

¿Cuáles son las mayores oportunidades para diferenciar tu empresa?

Para diferenciar nuestra marca, debemos centrarnos en vender una gama más amplia de productos locales.

Plantilla de Auditoría de Marca

Supervisar y revisar el progreso

(completar antes de la próxima auditoría de marca)

¿Cómo ha mejorado el rendimiento de tu empresa? ¿Ha empeorado?

Se revisará con la próxima auditoría de marca...