
Plantilla de Auditoría de Marca

Decide y considera una estrategia

Nombre de la empresa:

Describe brevemente qué hace tu compañía.

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

Plantilla de Auditoría de Marca

Decide y considera una estrategia

Define tu cliente objetivo:

¿Cómo quieres que te vean tus clientes objetivo?

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

Plantilla de Auditoría de Marca

Decide y considera una estrategia

¿Cuál es la visión de tu empresa?

¿Cuál es la misión de tu empresa?

¿Cuáles son los valores de tu empresa?

¿Quién es tu competencia?

Plantilla de Auditoría de Marca

Decide y considera una estrategia

¿Cuáles son las fortalezas de tu empresa?

¿Cuáles son las debilidades de tu empresa?

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

Plantilla de Auditoría de Marca

Evaluar los activos de marketing de la empresa

URL del sitio web

Añade tu logotipo aquí:

¿Tu logotipo actual refleja el mensaje de marca previsto?

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

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

Plantilla de Auditoría de Marca

Evaluar los activos de marketing de la empresa

¿Tu sitio web usa el vocabulario de tu audiencia?

¿Tienes contenido que sea útil para tu público objetivo?

¿Tus anuncios impresos reflejan la voz de tu empresa?

¿Qué mejoras puedes hacer en tu marca visual?

Plantilla de Auditoría de Marca

Revisa las estadísticas sociales y web

Enumera las 5 principales fuentes de tráfico:

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

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

¿Qué páginas de destino están funcionando mejor?

Plantilla de Auditoría de Marca

Revisa las estadísticas sociales y web

¿Cuál es la tasa de rebote promedio?

¿Cuál es el tiempo de permanencia promedio?

¿Qué contenido web recibe más tráfico?

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

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?

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

¿Qué puedes hacer para mejorar el rendimiento SEO?

Plantilla de Auditoría de Marca

Crea una encuesta para los clientes

¿Qué opinan los clientes de tu empresa?

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

Según tus clientes, ¿qué problema resuelve tu empresa?

Plantilla de Auditoría de Marca

Crea una encuesta para los clientes

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

¿Recomendarían los clientes tu empresa a familiares y amigos?

Plantilla de Auditoría de Marca

Crea una encuesta para los clientes

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

Plantilla de Auditoría de Marca

Encuesta para los empleados

¿Qué piensan los empleados de tu empresa?

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

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

Plantilla de Auditoría de Marca

Encuesta para los empleados

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

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

Plantilla de Auditoría de Marca

Evaluación de la competencia

¿Por qué la gente compra a tu competencia?

¿Cuáles son las fortalezas y debilidades de tu competencia?

Plantilla de Auditoría de Marca

Evaluación de la competencia

¿Cómo es el rendimiento SEO de tu competencia?

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

Plantilla de Auditoría de Marca

Evaluación de la competencia

¿A qué palabras clave se dirigen?

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

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?

¿Cuáles son las mayores oportunidades para diferenciar tu empresa?

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?