



POTENCIA D.MARCA

Tracking de salud y
fortaleza de marca.

Análisis de diferenciación y
arquitectura de la marca:
Nivel de presencia (TOM,
SOM, NPS), Brand Equity,
posicionamiento y
adherencia.

Se incluyen normas de
México para servicios,
consumo, finanzas, etc.
Puede ser continuo o
mediciones específicas.

Los principales pilares del Brand Equity de la marca consideran:

