

ENTREVISTA DE INVESTIGACIÓN DE LA MARCA

PLANTILLA DE PREGUNTAS

NOMBRE DEL EMPLEADO	REALIZADO POR	FECHA DE LA ENTREVISTA	DURACIÓN DEL EMPLEO
TÍTULO DEL PUESTO	DEPARTAMENTO DEL PUESTO		

NOTAS SOBRE ESTE EMPLEADO COMO ENCARGADO DE LA MARCA

--

PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA

¿Cuánto tiempo lleva trabajando en la empresa? ¿Por qué sigue quedándose? Si corresponde: ¿Qué le inspiró a unirse a la empresa en sus inicios? ¿Cuáles eran sus aspiraciones en ese entonces?	
Describe el propósito de nuestra empresa y marca. ¿Por qué hacemos lo que hacemos? ¿Cómo está conectada la marca con nuestra misión y visión?	
¿Cómo marca la diferencia nuestra marca? ¿Por qué los compradores se mantienen leales a nosotros?	

<p>¿Cómo refleja el comportamiento de los empleados los valores de la marca?</p>	
<p>¿Quiénes son nuestros clientes ideales? ¿Qué tiene nuestra marca que los atrae?</p>	
<p>¿Cómo describiría la personalidad de nuestra marca? En otras palabras, si la marca fuera una persona, ¿quién sería?</p>	
<p>¿Qué es lo primero que cambiaría de nuestra marca? ¿Qué marca es todo lo contrario a la nuestra? ¿Qué acciones debemos tomar para adelantarnos a nuestra competencia/ mantener nuestro liderazgo?</p>	
<p>Comparta una historia personal o relacionada con la empresa que refleje la narrativa de la marca o muestre cómo la marca cumple su promesa.</p>	

COMENTARIOS Proporcione un resumen del conocimiento histórico que este empleado compartió sobre la marca.

RENUNCIA

Todos los artículos, las plantillas o la información que proporcione Smartsheet en el sitio web son solo de referencia. Mientras nos esforzamos por mantener la información actualizada y correcta, no hacemos declaraciones ni garantías de ningún tipo, explícitas o implícitas, sobre la integridad, precisión, confiabilidad, idoneidad o disponibilidad con respecto al sitio web o la información, los artículos, las plantillas o los gráficos relacionados que figuran en el sitio web. Por lo tanto, cualquier confianza que usted deposite en dicha información es estrictamente bajo su propio riesgo.