

# MAPA DE COMUNICACIÓN DE MARCA COLECTIVO vs USUARIOS

Analizar el recorrido de la marca en función del usuario.

**DIMENSIÓN Y ALCANCE DE LA IDENTIDAD**

¿Qué recorrido tiene tu identidad de colectivo?  
¿CUALES

**SENTIMIENTOS EMOCIONES**

Muy satisfactorio

Nada satisfactorio

**PUNTOS CLAVE DE LA MARCA**

¿Qué nos diferencia?

**BARRERAS**

**OPORTUNIDADES**

IMAGEN FUNCIONAL			IMAGEN PERCIBIDA			IMAGEN INTENCIONAL		
ACTIVOS	RECURSOS	EXPERIENCIAS	CONOCIMIENTOS	CREENCIAS	SENTIMIENTOS	VALORES	VISIÓN	PERSONALIDAD

