

Test tema 3

- 1. ¿Cuál es uno de los principales problemas de la venta mediante licencia?**
 - a. Que se diluya la imagen de marca.
 - b. La expansión lenta de la firma a nivel internacional.
 - c. El coste para el licenciante.
- 2. ¿Cuál es la forma de venta por excelencia cuando la empresa integra de forma completa la distribución?**
 - a. La tienda pop up
 - b. La tienda insignia
 - c. La *travel shop*
- 3. ¿El precio de los productos que se venden en tiendas *outlet* de lujo implica necesariamente que sea un precio rebajado?**
 - a. No, de hecho, casi nunca es así.
 - b. Sí, el precio está rebajado siempre en un alto porcentaje de su precio original.
 - c. Sí, siempre.
- 4. ¿Por qué las marcas de lujo eran en sus inicios reticentes a estar presentes en internet?**
 - a. Miedo a dañar la imagen de marca, la exclusividad de la misma y a perjudicar las ventas de las tiendas físicas.
 - b. Por miedo a mayores falsificaciones de los productos.
 - c. No lo veían como un canal de venta necesario
- 5. ¿En qué país surgieron las tiendas *pop-up*?**
 - a. Estados Unidos.
 - b. Francia.
 - c. Italia
- 6. ¿Cuál es el principal objetivo para una marca de lujo vender también en *outlet*?**
 - a. Vender a un menor precio
 - b. Librarse de stock sobrante
 - c. Ampliar clientela a los que vender sus productos
- 7. ¿De qué factores se deriva el éxito de las ventas en las zonas *duty free*?**
 - a. Mucho turismo y tiempo muerto de espera, ausencia de impuestos...
 - b. La posibilidad de comprar productos de lujo que no se encuentran en otro lugar.
 - c. Productos de lujo sometido a grandes descuentos.
- 8. ¿Qué aspectos son positivos para la marca de su presencia en internet?**
 - a. Para las marcas de lujo no presenta aspectos positivos la venta online, es más puede perjudicar y mucho a su imagen de marca.
 - b. Mayores ventas
 - c. Ampliar clientela, monitorizar las visitas, estrategias de publicidad, seguir en contacto con los clientes, entre otros.
- 9. ¿Es la distribución elegida una estrategia importante para la marca de lujo?**
 - a. No demasiado.
 - b. Sí, ya que influye directamente en otros factores como la calidad del servicio, forma de expansión internacional, la imagen de marca o el respeto a los valores de la misma.

- c. Sí, pero es un aspecto que no repercute ni en la expansión de la firma ni en la imagen de marca.

10. ¿Para qué tipo de productos es más frecuente que se utilice la venta al por mayor en el sector del lujo?

- a. Relojes
- b. Alta costura
- c. Accesorios y marroquinería