

Principios de Publicidad y Promoción



Un blog de marketing

Qué es publicidad?

Publicidad pagada es cualquier tipo de comunicación (no personal) que llega a través de cualquier tipo de medio, para comunicar una idea, un producto o mensaje que intenta informar, persuadir o recordar a una audiencia en particular

Publicidad es una forma de comunicación compleja que se basa en objetivos y estrategias para impactar los sentimientos, pensamientos y acciones de los consumidores.

Publicidad es la forma de Comunicación más directa dentro de la mezcla de mercadeo para posicionar una marca en la mente de un consumidor.



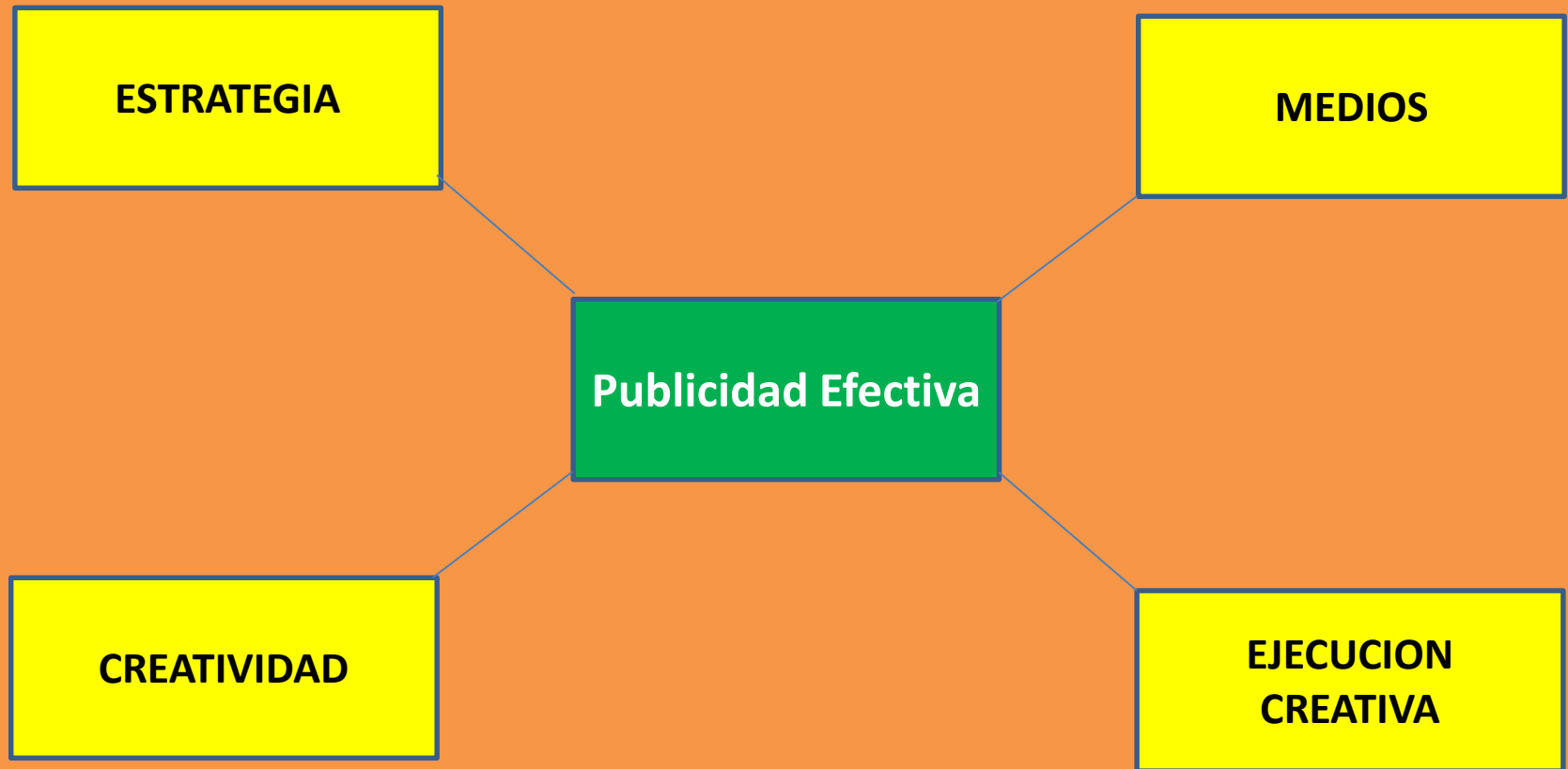
Factores que definen a la Publicidad

1. Es una comunicación pagada
2. El anunciante es claramente identificable
3. Intenta informar, persuadir, o recordar un mensaje.
4. Alcanza una audiencia masiva.
5. Los mensajes son comunicados de forma impersonal a través de medios masivos.

Propósito Principal

Una publicidad efectiva es aquella que alcanza los objetivos para los que fue diseñada.

Qué define la efectividad en la publicidad?



1. La Estrategia

- La **estrategia** es la planificación lógica que da la dirección al anuncio.
- Todo anuncio debe tratar de alcanzar un **objetivo**.
- Todo anuncio va dirigido a un **público objetivo**.
- Los publicistas diseñan el **mensaje** de modo que haga click con el público objetivo.
- Los publicistas usan los **medios** más efectivos para que su mensaje haga efecto.



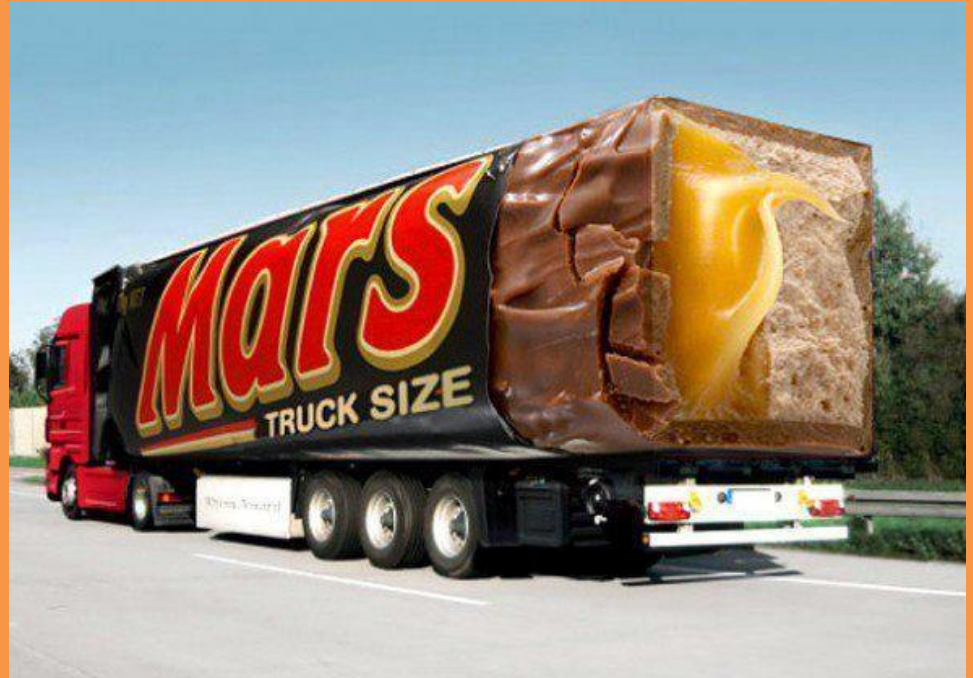
2. El Concepto Creativo

- El *concepto creativo* es la idea central que captará la atención del consumidor y se quedará en su memoria.
- Creatividad involucra dar solución efectiva a un problema de comunicación.
- La Creatividad demanda investigación.
- La ubicación de los anuncios involucra análisis creativo.



3. La ejecución creativa

- Los anuncios más efectivos son aquellos que requieren de mayor creatividad y mayores detalles al ser implementados.
- Las empresas buscan maximizar la inversión que realizan en publicidad mediante anuncios creativos que el consumidor no olvida.



4. El plan de medios

- Television, Internet, revistas, periódicos y otros medios se usan para llegar a los consumidores deseados.
- El éxito estriba en “cómo” el consumidor reciba el mensaje.



Principio básico

En publicidad el “cómo” dices algo y el “dónde” lo digas es tan importante como lo “qué” digas.

El rol de la publicidad



Un blog de marketing

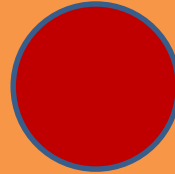
El Rol de la Publicidad

Mercadeo

Comunicación

Económico

Sociedad



El rol de Mercadeo

Mercadeo



1. El rol de mercadeo

- Mercadeo es satisfacer los deseos del consumidor (productos, servicios, e ideas).
- El rol de la publicidad es convencer al consumidor que nuestro mensaje es justamente lo que él necesita. Si está bien ejecutado, nos llevará a un efectivo **posicionamiento de marca**



Un blog de marketing

El rol de comunicador

Comunicación



2. El rol comunicador

- La publicidad es un mensaje concebido sobre un product o servicio, diseñado para crear una respuesta por parte de un público objetivo.
- La publicidad utiliza los medios de comunicación para comunicar la información sobre el product y crear una conexión e identificación en el punto de venta.



El rol económico

Economía



3. El rol económico

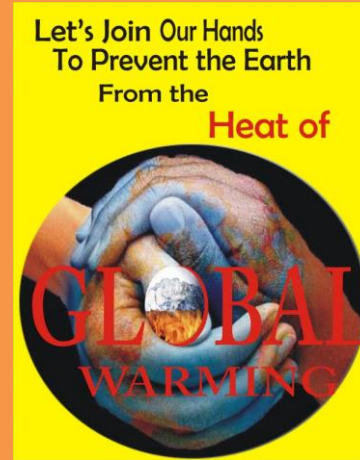
- Al abarcar a grandes cantidades de población la publicidad ayuda a minimizer los costos de inversión.
- Publicistas usan técnicas tradicionales para vender (persuadir) y convencer (imagen de marca).



Un blog de marketing

El rol Social

Sociedad



4. El rol social

- Informa sobre productos nuevos y sus posibles usos.
- Nos ayuda a comparar productos.
- Ayuda al consumidor a construir su imagen propia.
- Nos hace conocer acerca de otras culturas



Un blog de marketing

Tipos de publicidad



Un blog de marketing

Tipos de publicidad

Publicidad de
marca

Publicidad de
respuesta
directa

Publicidad
institucional

Publicidad sin
fines de lucro

Publicidad de
servicios
públicos



Los objetivos de la publicidad



Un blog de marketing

Objetivos de la publicidad

Informar



**Publicidad
Informativa**

Es aquella publicidad que busca crear una demanda inicial hacia un producto o servicio.

Persuadir



**Publicidad
Persuasiva**

Es aquella publicidad que busca incrementar la ya existente demanda hacia un producto o servicio

Recordar



**Publicidad
recordativa**

Es aquella que busca fortalecer conceptos ya comunicados sobre un producto o servicio



Informar



Línea Premium de Pollo
Crispy Grill

SALT
INTI

HACÉ CLICK Y
Jugá con
Pollo Premium

PECHUGA **HONEY MUSTARD**
PECHUGA **CLASSIC**
PECHUGA **BACON**

| | |
|---|---------------------------|
| 3 NUEVOS SANDWICHES | 2 OPCIONES DE PECHUGA |
|  me encanta | 6 COMBINACIONES DISTINTAS |

Informar



Persuadir



**“Aquí está el
resto de tu
abrigo de piel”**

Marcela Kloosterboer



www.AnimaNaturalis.org

Persuadir



Recordar



TODOS LOS MARTES

ES 2X1

Recorder



Jugadores clave en Publicidad



Un blog de marketing

Jugadores clave en publicidad

La Marca

Desea enviar un mensaje/concepto acerca de su producto.
Identifica una necesidad y utiliza la publicidad para llenar esa necesidad.
Selecciona un público objetivo, designa un presupuesto y da las guías para crear una estrategia.

La Agencia

Crea las estrategias, negocia medios, Brinda conocimientos y experiencia de comunicación para que el mensaje de la marca llegue donde, como, cuando y a quien tiene que llegar.

Los Medios

Son los canales por los que llegará el mensaje diseñado por la marca y creado por la agencia.

Proveedores

Son organizaciones o personas independientes que brindan apoyo en el proceso creativo para que el mensaje pueda ser ejecutado, Artistas, escritores, fotógrafos, productores, consultores, etc.

Jugadores clave en publicidad

El público Objetivo

- Es el público a quién se dirige el mensaje — su grado de respuesta determina si el anuncio y la estrategia son efectivos.
- **Segmentación** es el proceso de identificar a quienes queremos que llegue nuestro mensaje.
- Los medios digitales proveen cada día nuevas formas para que el mensaje pueda llegar cada vez más personalizado al consumidor.

Estrategias Publicitarias



Un blog de marketing

Estrategias publicitarias

Comparativa



Publicidad comparativa

Enfatiza la publicidad en resaltar beneficios en comparación con los brindados por alguna marca competidora

Testimoniales



Testimoniales de influenciadores

Usa personas relevantes para llevar el mensaje de marca. Tiene ventajas y desventajas muy marcadas.

Interactiva



Publicidad interactiva

Involucra el uso de canales específicos donde se establece un canal de doble vía automático con el consumidor para maximizar beneficios de comunicación.



Estrategias publicitarias

Comparativa



Testimonial



Interactiva



Un blog de marketing

Testimonial

*Nespresso. What else?**



NESPRESSO

Café com corpo e alma.



Principios de publicidad

FIN



Un blog de marketing