

Best  
Distribution  
Tom  
Hanks  
Forrest  
Gump



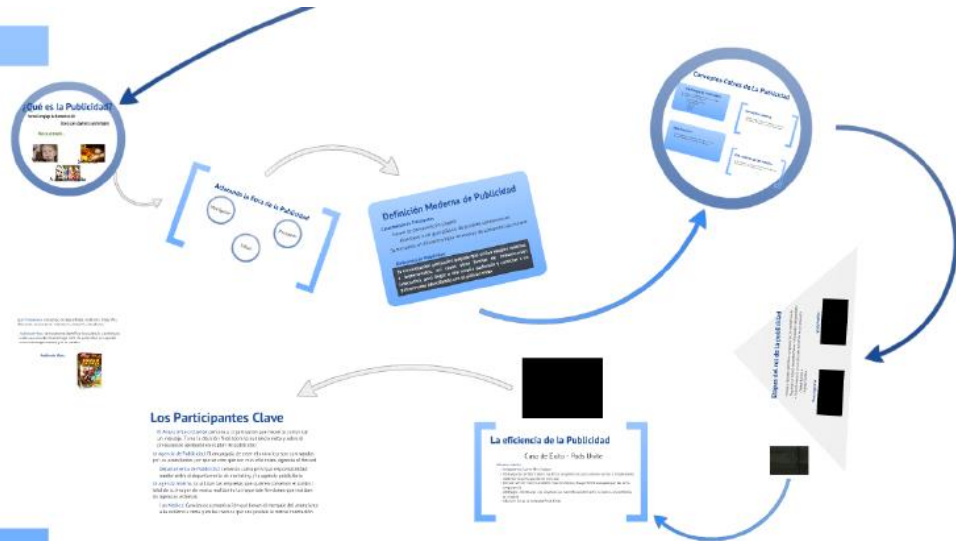
# Publicidad

## Concepto y Funciones

www.lg.com



# ¿Qué es la Publicidad?





# ¿Qué es la Publicidad?

Forma Compleja de Comunicación

Opera con objetivos y estrategias

# ¿Persuadir o Manipular?

## Aclarando la Ética de la Publicidad

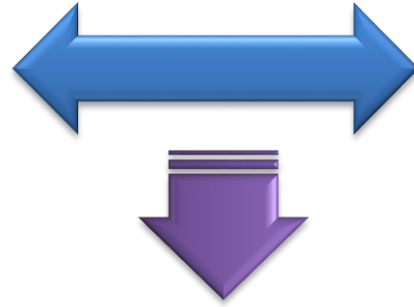
Manipular

Persuadir

Influir



# Busca persuadir...



# Definición Moderna de Publicidad

## Características Principales

Forma de comunicación pagada

Orientado a un gran público de posibles consumidores

Se transmite en diferentes tipos de medios de comunicación masiva

## Definición de Publicidad

Es comunicación persuasiva pagada que utiliza medios masivos e impersonales, así como otras formas de comunicación interactiva, para llegar a una amplia audiencia y conectar a un patrocinador identificado con el público meta



# Conceptos Claves de La Publicidad



## Estrategia de Publicidad

Es la lógica y la planeación detrás de la publicidad que da la dirección y el enfoque

Se debe tomar en cuenta:

## Ejecución Creativa

# Concepto Publicitario

«Siempre...

La base de toda estrategia publicitaria es **el concepto publicitario**: la idea central que guiará la creatividad de las campañas y se basa en la cultura empresarial

# Crepas





## Estrategia de Publicidad

Es la lógica y la planeación detrás de la publicidad que da la dirección y el enfoque

Se debe tomar en cuenta:

- Los objetivos
- Audiencia
- Mensaje
- Medios

• W6Q102

## Idea Creativa

El concepto creativo es la idea central de un anuncio que capta la atención y se queda en la memoria

## Ejecución Creativa

Detalles, fotografía, redacción, actuación, ambiente, impresión y manera de presentación del mensaje

## Uso creativo de los Medios

Definir cómo dar el mensaje es tan importante y necesita tanta creatividad como la misma idea

# Etapas del rol de la publicidad

- Primero buscaba identificar un producto con un fabricante
- Segundo se enfocó en proporcionar información del producto
- Tercero adquirió un rol de crear demanda de un producto
  - Venta Agresiva
  - Venta Pacífica

Finalmente la Publicidad busca también generar un relación y posicionamiento en la mente del consumidor

[https://www.youtube.com/watch?v=qX\\_4BEWxRhc](https://www.youtube.com/watch?v=qX_4BEWxRhc)

<https://www.youtube.com/watch?v=7nagr1gQeAs>

<https://www.youtube.com/watch?v=OtWRCIkFI00>

<https://www.youtube.com/watch?v=Hz8O-nBRf2s>

<https://www.youtube.com/watch?v=MyF5xEuBOmQ>

**IMPORTANTE:** Las etapas de rol de la publicidad no son excluyentes, se suman al objetivo general de la publicidad

# Los Participantes Clave

**El Anunciante o Cliente:** persona u organización que necesita comunicar un mensaje. Toma la decisión final sobre la audiencia meta y sobre el presupuesto aprobado en el plan de publicidad.

**La Agencia de Publicidad:** El encargado de crear el anuncio y son contratados por los anunciantes por que se cree que son más eficientes. Agencia of Récord

**Departamento de Publicidad:** teniendo como principal responsabilidad mediar entre el departamento de marketing y la agencia publicitaria

**La Agencia Interna:** la utilizan las empresas que quieren conservar el control total de su imagen de marca realizando la mayoría de funciones que realizan las agencias externas.

**Los Medios:** Canales de comunicación que llevan el mensaje del anunciante a la audiencia meta y en los medios que sea posible la retroalimentación.

**Los Proveedores:** este grupo incluye artistas, escritores, fotógrafos, directores, productores, impresores, asesores, consultores.

**Audiencia Meta:** es importante identificar la audiencia o audiencias metas que orientan la estrategia total de publicidad, en especial con la estrategia creativa y la de medios

**Audiencia Meta...**



# Las Funciones de la Publicidad

## Informar

Comunicar la existencia de un producto o servicio.

Describir las características del producto.

Educar sobre el uso del producto, precio o cambio de Precio

Apoyar y dar a conocer las promociones de venta

Free Wi-Fi served at all restaurants



# Las Funciones de la Publicidad

## Persuadir

Atraer nuevos compradores

Incrementar la frecuencia de uso

Incrementar la preferencia de una marca

Cambiar la percepción del producto



ICED MOCHA

Creamy. Dreamy.  
Icy. Chocolatey.

MOCHAS



i'm lovin' it®

AT PARTICIPATING McDONALD'S ©2009 McDonald's. All rights reserved.



# Las Funciones de la Publicidad

## Recordar

Recordar la existencia del producto

Recordar al público las ventajas del producto

Recordar que puede necesitarse en el futuro

Recordar su lugar de venta

**Continental**  
The Future in Motion



ContiSportContact 5P  
Unmatched braking performance on wet roads.

# Las Funciones de la Publicidad

## Estimular la Demanda

**Primaria:** Propósito de educar a los compradores potenciales en cuanto a los valores fundamentales de un tipo de producto.

**NO MÁS  
SHAMPOO  
DE MUJERES**

**SHAMPOO**



**GEL**

**PARA HOMBRES**

# Las Funciones de la Publicidad

## Estimular la Demanda

**Selectiva:** su propósito es resaltar una marca en comparación con las de la competencia.



# Las Funciones de la Publicidad

## Obtener Respuesta

**Directa:** solicita al receptor la necesidad de actuar de inmediato, o solo por determinado tiempo.

# REBAJAS

DEL 4 AL 10 DE ENERO 2018

¡Solo hoy!



HASTA  
**25%**  
DE DESCUENTO

[siman.com](http://siman.com)

Compra aquí

[SIMAN.COM](http://SIMAN.COM)





# Las Funciones de la Publicidad

## Obtener Respuesta

**Retardada:** busca crear el reconocimiento y la aprobación de una marca a lo largo del tiempo.

**SAMSUNG**

**Galaxy S8 | S8+**



**Unbox your phone**

# Las Funciones de la Publicidad

## Según el objeto

**Producto:** promueve el producto

**Institucional:** promueve la empresa

**Comercial:** motiva a la compra

**No comercial:** ONGs

# Las Funciones de la Publicidad

Según el alcance

## Alcance

**Local:** Va dirigida al público de un área comercial única, como una ciudad o un estado, tenderos, negocios locales.

Dependen de los medios de comunicación locales para llegar a los clientes.

# Las Funciones de la Publicidad

Según el alcance

## Alcance

**Regional:** es realizada por productores, mayoristas y empresas que abarcan regiones geográficas mas complejas, pero que aun no tienen carácter nacional, como puede ser dos o mas estados o una región como el norte u occidente.  
Se apoyan en medios nacionales y locales.

# Las Funciones de la Publicidad

Según el alcance

## Alcance

**Nacional:** Llega a todas las áreas geográficas de una nación, se apoya en los medios nacionales y pocas veces usa los locales.

Es la publicidad que comúnmente vemos.

# Las Funciones de la Publicidad

Según el alcance

## Alcance

**Publicidad internacional:** esta se da cuando las empresas preparan un producto o lo venden a diferentes naciones, dos o mas, y cada mercado requiere un tratamiento especial, por idioma o contexto cultural.