

# La publicidad

## 1. Definición y tipos

La publicidad puede entenderse como una fórmula de **comunicación pagada** por las empresas para anunciarse en los diferentes medios disponibles en el mercado. Sin embargo, dada la cantidad de medios en los que los negocios pueden anunciarse, existen muchos **tipos de publicidad**.

- **Publicidad offline:** publicidad en prensa, en radio, en TV y publicidad exterior (carteles en la calle).
- **Publicidad digital (online):** vídeo, anuncios en buscadores, display, redes sociales, email marketing...

Dependiendo de los objetivos de la empresa anunciante, se utilizan unos formatos publicitarios u otros.

## 2. Publicidad en redes sociales:

La principal pregunta que se hacen los anunciantes es: ¿dónde se encuentra nuestro público? La mayoría está en las redes sociales. Esto significa que no podemos dejar las redes fuera, pues hoy por hoy, Google y Facebook son las dos grandes plataformas publicitarias en el entorno digital.

- **Publicidad en Facebook.** Es la reina de las redes sociales. Las posibilidades de campañas, tipos de objetivo y formatos, la variedad de edades de la audiencia y muchos otros elementos, permiten introducir el producto a nuestro público en el momento adecuado.
- **Publicidad en Twitter.** Twitter es una de las plataformas actuales más interesantes para hacer publicidad. Con un público enfocado a la actualidad informativa. El primer lugar donde encontrarás qué está pasando en el mundo es en Twitter. Anuncios para personas de nivel medio alto, bien formado y preocupado por la actualidad.
- **Publicidad en Instagram.** La red social más de moda en estos momentos. La generación millennial está muy presente en Instagram y es muy activa. Además, el crecimiento de usuarios no para de aumentar. La plataforma

publicitaria ideal para cualquier empresa con un público comprendido entre 18 y 35 años.

- **Publicidad online o Publicidad Digital.** La publicidad en el entorno digital o en internet se denomina publicidad online o publicidad digital.

### 3. El lenguaje publicitario

El lenguaje publicitario es muy importante para lograr conectar con el público. A nadie se le ocurriría lanzar un anuncio en el que se diga “Cómprame a mí” aunque este sea el objetivo.

Una de las opciones es la de apostar por la creación de un slogan llamativo. Se trata de una de las estrategias que mejor funcionan en el mercado. Cabe por ejemplo recordar el de una conocida marca de coches: ¿Te gusta conducir? Con una frase que se puede utilizar en el día a día, el público recuerda siempre a esa compañía y a sus automóviles. Es más, gracias a ese mensaje simple pero efectivo, BMW está siempre en el top 3 de las marcas de automoción ante preguntas básicas como: Dime el nombre de las marcas de coches que antes te vengan a la cabeza.

Otras fórmulas específicas del lenguaje de la publicidad están relacionadas con la música. Aunque actualmente no es un formato demasiado utilizado por las marcas, muchas de ellas han conseguido que sus consumidores las recordasen tarareando canciones pegadizas. Un buen ejemplo en España está en la canción del Cola Cao ¿Quién no se acuerda de ella?

### 5. Publicidad no comercial

Existen anuncios que no intentan vender un producto o un servicio, sino que simplemente pretenden concienciar de una buena conducta, por ejemplo, las campañas sobre reciclaje o sobre una conducción segura.

# LAS 10 CARACTERÍSTICAS

## DE LA PUBLICIDAD

### 1 FIN PROMOCIONAL

La publicidad es un tipo de comunicación que pretende dar a conocer un producto o servicio e incentivar las ventas del mismo. Se centra en influir en los hábitos de compra.



### 2 FUNCIÓN PERSUASIVA

La publicidad debe convencer a los consumidores de que dicho producto o servicio es mejor que la competencia, que resolverá una necesidad del consumidor o que mejorará su vida.



### 3 ESTRATEGIA DE MKT

La publicidad responde siempre a un objetivo de negocio concreto, alineado con los intereses globales de la marca o la empresa. Debería enmarcarse dentro del plan de marketing general.



### 4 TARGET DETERMINADO

El contenido de los mensajes publicitarios está especialmente diseñado para apelar a los sentimientos y necesidades de esa audiencia. Es muy importante crear un Buyer Persona.

### 6 BUSCA SER ORIGINAL

La publicidad busca destacar frente a la competencia utilizando formatos y recursos inesperados, para destacar en la saturación de mensajes en la que vivimos.

### 5 TIENE UN COSTE

Para las empresas, hacer publicidad implica invertir en tiempo, recursos y dinero. El modelo publicitario se basa en que el canal emisor del anuncio o anuncios cobra una cantidad determinada a cambio de su difusión.

### 7 RECURSOS CREATIVOS

Videos que cuentan historias, imágenes impactantes, discursos inolvidables, jingles pegadizos... Si hay algo que destaca en la publicidad y la hace inmediatamente identificable, es el uso de la creatividad.



### 8 USA LA REPETICIÓN

La publicidad busca generar un recuerdo de la marca y de los valores asociados a ella. Cada consumidor tiene que recibir los suficientes impactos como para recordar la marca y su mensaje, pero no tantos que le resulte molesto.



### 9 CONTENIDOS PERSONALIZADOS

Para lograr el máximo efecto sobre el consumidor, ya no solo se le divide en segmentos generales, sino que se personaliza cada vez más en las características y necesidades de cada usuario.



### 10 DEBE SER ÉTICA

La publicidad debe estar controlada para impedir campañas engañosas o desleales. Una publicidad honesta y limpia refleja los valores del anunciante y contribuye a mejorar su imagen de marca.



## ACTIVIDADES:

- Busca un anuncio publicitario en YouTube y completa:
  - 1- Enlace del vídeo.
  - 2- Empresa anunciante.
  - 3- Eslogan.
  - 4- ¿A qué público va dirigido?
  - 5- ¿Por qué crees que va dirigido a ese público?
  - 6- ¿Tiene música? ¿Qué tipo de música?

- Mira estos dos anuncios de bancos:

- 1- <https://www.youtube.com/watch?v=V7bctHmszUs>
- 2- <https://youtu.be/nFfPBrDIRCY>

Compara su música, el tipo de imágenes, el eslogan, la forma de hablar... ¿Por qué crees que son tan diferentes?

- Mira estos anuncios no comerciales:



- 1- ¿Qué anuncian?
- 2- ¿Cuál es su eslogan?
- 3- ¿Qué colores predominan en el anuncio?
- 4- ¿Qué mensaje pretenden transmitir con esa imagen y ese eslogan?
- 5- ¿Qué tipo de música podría acompañar a esos anuncios?