

Tipos de Publicidad

Los tipos de publicidad son las distintas formas, con que cuenta la empresa para vender sus productos o servicios, teniendo el objetivo, que se quiere de lograr con la implementación de la campaña publicitaria.

Publicidad Institucional

Es aquella técnica publicitaria, que se utiliza para vender una imagen de la empresa o institución. Básicamente en este punto la empresa, se basa en la imagen, por lo tanto, la empresa debe tener una buena imagen institucional en el mercado, acá, los productos o servicios no se venden por ellos, sino a través de la Imagen de la Empresa. Este tipo de publicidad es muy utilizada por los bancos.

Para la empresa poder utilizar este tipo de publicidad, la empresa debe tener una buena imagen, sirve también, cuando la empresa está elaborando o creando una imagen

Publicidad de Producto o de Servicio

Es aquella que se utiliza para vender el producto o servicio de la empresa.

Publicidad de marca

Es aquella que la empresa utiliza para vender su marca, no, sus productos o servicios, este tipo de publicidad también es llamada como imagen de Marca, para utilizar esta forma la empresa debe contar con un posicionamiento importante en el mercado de la marca, es que con este método lo que se busca vender los productos o servicios directamente por la marca, no específicamente por el producto o servicio. Esta técnica es Utilizada por Nike, coca cola, Adidas, etc.

Publicidad de lanzamiento

Es aquella que la empresa utiliza para lanzar sus productos o servicios nuevo en el mercado, es mas de índole informativo para dar a conocer ese producto o servicio nuevo, con el fin de vender.

Publicidad de relanzamiento

Es aquella que se utiliza cuando la empresa vuelve a lanzar por segunda vez un producto o servicio al mercado por algún motivo, porque no funciono en el mercado o por alguna innovación basado en la utilidad del producto o servicio, o el packaying del producto.

Publicidad de Recordación

Es Aquella que se utiliza para recordar el producto o servicio esto ocurre después de unos meses que se lanzó la campaña Publicitaria, el objetivo es que el producto o servicio o la marca el cliente lo tenga presente en su mente y el aviso de recordación es más sintetizado o cortado que el aviso original de lanzamiento.

Publicidad Incógnita

Es aquella que se utiliza para generar incertidumbre en él público o cliente,

generalmente este método se utiliza en las campañas de lanzamiento de un producto o servicio. No se muestra lo que se vende se sugiere o también se utiliza el método de la adivinanza, todo esto, para generar curiosidad en los consumidores, de esa manera captar el interés de los clientes por la resolución del aviso comercial.

Publicidad Comparativa

Es cuando en el aviso comercial se compara un producto o servicio con otro, en nuestro país está permitido, sin mencionar a la competencia.

Publicidad Agresiva

Es cuando la empresa en cuestión arremete contra la competencia, en nuestro país no se puede mencionar a la competencia, en estados Unidos está permitido, caso, coca cola- Pepsi

Publicidad Motivacional

Se determina que todas las publicidades de cualquier tipo son motivacionales por que buscan despertar la necesidad, de esa manera se crea el deseo basado en la necesidad en cuestión, de esta manera se lo motiva al cliente hacia la compra del producto o servicio.

Publicidad Subliminal

Es aquella técnica publicitaria, donde el mensaje del aviso está dirigido directamente al inconsciente del público, este no lo percibe de manera consciente. Este tipo de Publicidad, experimento coca cola, para ver qué resultado expedía este método y si verdaderamente correspondía con el objeto de dicha técnica.

Método Experimental-Publicidad Motivacional

La experiencia se basó en una muestra de personas determinadas, con el fin de pasar un film, entonces se incorporó la parte técnica de la película en cuestión, Una película está compuesta por diferentes cuadro, cada cuadro está compuesto de 45 foto cromos, de esos 45 foto cromos se incorporó 1 foto cromo que tenía la marca Coca-Cola, el espectador no registró de manera visual, ni consciente ese detalle, si lo percibió el inconsciente, cuando termino la película, se determinaron

En el lugar contiguo a la sala de exhibición había diferentes puntos de expedición de la bebida gaseosa Coca Cola, todos los espectadores fueron directamente a tomar coca cola.

Esta experiencia de Laboratorio, nos Indica que la persona percibe el aviso de manera inconsciente sin darse cuenta conscientemente de esa situación.

Este método es ilegal porque se considera que se manipula a las personas y se les determina que es lo que deben hacer, como deben actuar y que deben comprar, sé esta condicionando la conducta con el agravante que no percibe el condicionamiento.

Lo que tiene este método, que es muy difícil de demostrar que sé está utilizando esta técnica y por lo tanto no puede ser penalizada en casos concretos.

Desarrollo de una campaña publicitaria

A continuación, vamos a desarrollar en forma teórica, el diseño y armado de una campaña publicitaria

Una campaña se desarrolla mediante dos elementos que se desarrollan a continuación: