

# Qué es y cómo hacer buena publicidad

**NOMBRES:** Estefani W.

**APELLIDOS:** Herrera Ulloa

**ESCUELA:** Ciencias de la Comunicación

**CURSO:** Computación I

**PROFESOR:** Edwin Raymundo



## INDICE

<b>1.LA PUBLICIDAD .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1. ELEMENTOS DE .....</b>	<b>1</b>
<b>LA PUBLICIDAD: .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1.2 EMISOR.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1.3 OBJETIVOS PUBLICITARIOS .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1.4 MEDIOS PUBLICITARIOS:.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1.5 MENSAJE PUBLICITARIO .....</b>	<b>2</b>
<b>1.1.6 RECEPTOR.....</b>	<b>2</b>
<b>2.COMO HACER UN BUEN ANUNCIO PUBLICITARIO .....</b>	<b>2</b>
<b>2.1 ESTABLECER OBJETIVOS .....</b>	<b>2</b>
<b>2.2. DEFINIR PÚBLICO OBJETIVO .....</b>	<b>3</b>
<b>2.3. ANALIZAR PÚBLICO OBJETIVO .....</b>	<b>3</b>
<b>2.4.DETERMINAR PRESUPUESTO PUBLICITARIO .....</b>	<b>4</b>
<b>2.5.SELECCIONAR MEDIOS PUBLICITARIOS.....</b>	<b>5</b>
<b>2.6. REDACTAR MENSAJE PUBLICITARIO .....</b>	<b>6</b>
<b>2.7. HACER EFECTIVA LA PUBLICIDAD.....</b>	<b>6</b>
<b>2.8. EVALUAR RESULTADOS .....</b>	<b>6</b>
<b>3.CONSEJOS PARA UNA PUBLICIDAD EFECTIVA:.....</b>	<b>7</b>



# 1.La Publicidad

Es una técnica de promoción o comunicación que consiste en dar a conocer, informar y hacer recordar un producto o servicio al público, así como en persuadir, estimular o motivar su compra, consumo o uso, a través del uso de una comunicación, logrando aumentar el consumo de dicho producto o servicio.

## 1.1. Elementos de La publicidad:

### 1.1.2 Emisor

El emisor es el encargado de definir los objetivos, mensajes y medios publicitarios que serán enviados al receptor, el emisor está conformado por la empresa o negocio.

### 1.1.3 Objetivos Publicitarios

La publicidad tiene dos objetivos:

1. Objetivo de dar a conocer la existencia y los beneficios de un producto e informa sobre sus principales.
2. Objetivo busca motivar por medios psicológicos de manera que aumenten los consumidores gracias al anuncio realizado.

### 1.1.4 Medios publicitarios:

Es el medio o canales al cual se le envía el mensaje publicitario al receptor.

Ejemplos de medios publicitarios son:

La televisión la radio, los diarios, etc.



Ilustración 1objetivos



Ilustración 2comprar

### 1.1.5 Mensaje Publicitario

Es el que se envía al receptor a través de los medios ya señalados con el fin de dar a conocer, informar sobre un servicio o producto.

### 1.1.6 Receptor

Está conformada por el público, ellos reciben el mensaje publicitario por los medios o canales seleccionados.

## 2.COMO HACER UN BUEN ANUNCIO PUBLICITARIO

### 2.1 ESTABLECER OBJETIVOS



diagrama 1objetivos

## 2.2. DEFINIR PÚBLICO OBJETIVO

Es decir, debemos definir cuál será el público al cual irá dirigida nuestra publicidad ya sean niños, adolescente u otros ya que no todos reaccionan por igual ante el mismo anuncio publicitario, así podremos ser más eficientes a la hora de diseñar nuestra estrategias publicitarias.



Ilustración 3 quienes somos

---

## 2.3. ANALIZAR PÚBLICO OBJETIVO

Esto nos ayudará obtener un buen trabajo a la hora de realizar nuestras estrategias publicitarias:

Por ejemplo:

- ★ Señalamos donde vive
- ★ Nivel de ingresos
- ★Cuál es su nivel de educación
- ★ Que medios de comunicación lee o escucha
- ★ Donde suele comprar el producto
- ★ Cada cuanto lo usa y como lo usa.



## 2.4.DETERMINAR PRESUPUESTO PUBLICITARIO.



Una vez ya definido y analizado el tipo de público al cual nos dirigiremos, ahora determinaremos nuestro presupuesto, es decir cuánto estaremos dispuestos a invertir, dependiendo de la industria, el mercado, la competencia, las ventas etc. Ya que por lo general un presupuesto publicitario adecuado está conformado por el 3 en ventas

Ilustración 4la balanza

AQUÍ UN PEQUEÑO EJEMPLO SOBRE UNA CAMPAÑA NAVIDEÑA.

Tabla 1presupuesto

CANTIDAD	PRODUCTO	P/UNITARIO	PRECIO TOTAL
500	panetones	20	10000
300	champagne	15	4500
200	Árboles navideños	40	8000
200	Luces navideñas	15	3000
		<b>Subtotal</b>	25500
		<b>IGV</b>	4590
		<b>Total</b>	30090

Podemos rescatar que el 3% ( s/1003.00) sería solo para la publicidad .

2.5. SELECCIONAR MEDIOS PUBLICITARIOS.

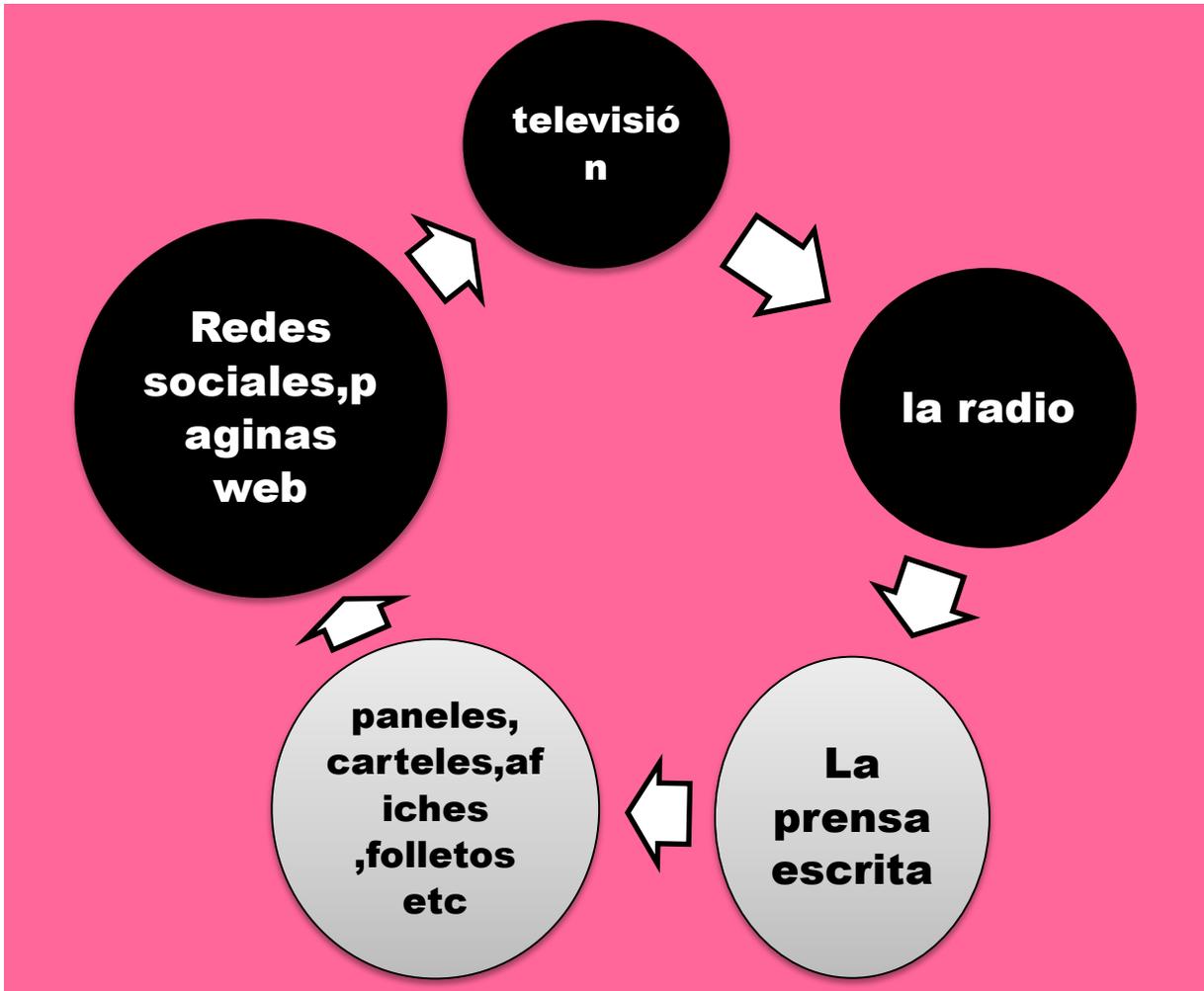


diagrama 2medios de comunicación

Los medios o canales que utilizaremos para enviar nuestro mensaje publicitario a nuestro público objetivo son:



Ilustración 5redes sociales

**Para la elección de nuestros medios publicitarios debemos tomar en cuenta nuestro presupuesto; por ejemplo, si éste está conformado por jóvenes que utilizan las redes sociales, deberíamos utilizar éstas como medio publicitario**

## 2.6. Redactar Mensaje Publicitario

El mensaje publicitario debe señalar las principales características y beneficios del producto, debe ser atractivo y persuasivo, debe tener un lenguaje claro y fluido, y debe ser corto y conciso. Asimismo, también debe estar redactado en base a las características de nuestro público objetivo

## 2.7. Hacer efectiva la publicidad

Una vez que hemos redactado nuestro mensaje publicitario, lo enviamos a nuestro público objetivo a través de los medios publicitarios previamente seleccionados, es decir, hacemos efectiva nuestra publicidad o lanzamos nuestra campaña publicitaria.

Por ejemplo, publicamos nuestro anuncio en el diario o en alguna página de anuncios clasificados en Internet, enviamos nuestro mensaje publicitario vía correo electrónico, habilitamos nuestro letrero, pegamos nuestro afiche, etc.

## 2.8. Evaluar resultados

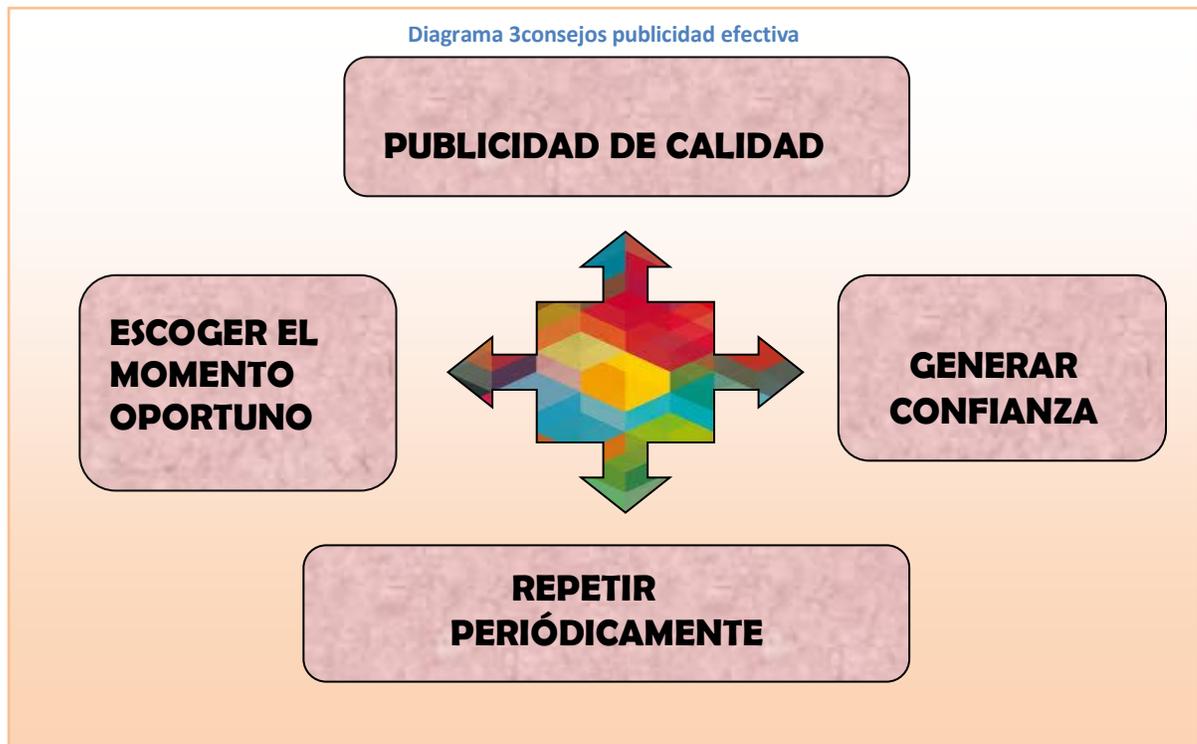
Finalmente, una vez que hemos hecho efectiva nuestra publicidad, medimos y evaluamos los resultados obtenidos, y comprobamos de que hayamos cumplido con los objetivos propuestos para que, en caso contrario, tomemos las medidas correctivas que sean necesarias.

Por ejemplo, en caso de no haber alcanzado los objetivos propuestos, podríamos tomar la decisión de realizar un mejor análisis de nuestro público objetivo, aumentar nuestro presupuesto publicitario, cambiar los medios publicitarios utilizados, mejorar nuestro mensaje publicitario, etc



Ilustración 6tus clientes

### 3. Consejos para una publicidad efectiva:



**PERMÍTESE**  
SER UN PRINCIPIANTE  
**NADIE COMENZO**  
**SIENDO EXCELENTE**

**@NEOPUBLICISTAS**

**LA MEJOR  
PUBLICIDAD  
ES LA QUE  
HACEN LOS  
CLIENTES  
SATISFECHOS**