

Continue



...son destacados del artículo: Existen distintos tipos de anuncios publicitarios, desde aquellos en medios tradicionales como aquellos que se pautan en redes sociales. Algunos de los más populares son la publicidad impresa, por correo directo, televisión, radio, redes sociales y más. Potencia los resultados de tu negocio con publicidad y tu tienda online creada con Tiendanube, la plataforma preferida de las marcas en Latinoamérica. Haz la prueba! En el mundo del marketing y la publicidad existen diferentes tipos de anuncios publicitarios con características, formatos y objetivos particulares. Conocer cada uno ayuda a identificar cuál es el indicado para comunicar el mensaje que busca una marca. Pero, ¿cuál es el anuncio ideal para tu negocio? Debe ser aquel que te ayude a aumentar el reconocimiento de tu marca y a sembrar esa semilla que va a hacer que tu cliente ideal piense en ti al momento de evaluar diversas opciones. Y para que puedas definirlo mejor, te invitamos a que sigas leyendo porque a lo largo de este artículo veremos los tipos de anuncios publicitarios distintos. Un anuncio publicitario es un mensaje (físico o digital) que tiene el objetivo de promover los productos o servicios que ofrece una marca o empresa para que sea recibido y genere una acción por parte de la audiencia determinada. Su importancia está en el uso de mensajes persuasivos y convincentes que logran atraer la atención del público objetivo. Los tipos de anuncios publicitarios pueden clasificarse según el medio utilizado, el formato, el alcance geográfico y el tipo de producto o servicio que se promociona. Si bien el concepto puede variar, todos comparten el hecho de que buscan generar una respuesta positiva en el consumidor. En este sentido, la publicidad es una herramienta fundamental para cualquier negocio que quiera crecer y expandir su presencia en el mercado.

Un anuncio publicitario es un mensaje (físico o digital) que tiene el objetivo de promover los productos o servicios que ofrece una marca o empresa para que sea recibido y genere una acción por parte de la audiencia determinada. Su importancia está en el uso de mensajes persuasivos y convincentes que logran atraer la atención del público objetivo. Los tipos de anuncios publicitarios pueden clasificarse según el medio utilizado, el formato, el alcance geográfico y el tipo de producto o servicio que se promociona. Si bien el concepto puede variar, todos comparten el hecho de que buscan generar una respuesta positiva en el consumidor. En este sentido, la publicidad es una herramienta fundamental para cualquier negocio que quiera crecer y expandir su presencia en el mercado.

producto o servicio prácticamente siempre buscas la opinión de los demás. Dicha opinión nos va a repercutir en la decisión de adquirir del producto o servicio. Cuando más próxima y de confianza sea la persona a la que escuchas le darás en el momento de tomar una decisión sobre esa información que nos nos dado del producto o servicio. Aquí la marca o bien empresa no tiene control alguno. 4.7) 3.7) Publicidad Exterior en la Calle Cada día en la calle eres impactado con decenas de anuncios promocionales y muchas veces no te das cuenta de manera consciente. La parte positiva de la publicidad exterior es que impactas en la gran mayoría de las personas que pasan por la zona. La parte negativa es que no sabes si esas personas son tu público ideal y tampoco puedes llegar a medir si la publicidad como ocurre en el mundo digital. Puedes localizarte los diferentes tipos de publicidad exterior como: Vallas promocionales. Lonas publicitarias. Carteles promocionales. Mobiliario urbano. Back to top5) 4) Géneros de publicidad en función del alcance Dentro de todos y cada uno de los tipos de publicidad que existen en el mundo puedes distinguirlos según el alcance geográfico que estos tienen, o sea, el poder saber hasta dónde puede llegar tu publicidad. Para ello lo dividó en 5 categorías que te muestro a continuación: 5.1) 4.1) Publicidad Internacional La publicidad internacional es aquella que pone en marcha una marca o empresa y se dirige fuera del territorio nacional abarcando uno o bien múltiples países extranjeros. 5.2) 4.2) Publicidad Nacional Se trata de aquella que abarca toda la nacionalidad en el que se halla la marca o la empresa, sin restringir zona geográfica en el país. 5.3) 4.3) Publicidad Regional Este género de publicidad se aplica a un ámbito geográfico específicamente en el propio país donde se encuentra la empresa, así sea una comunidad autónoma o una provincia. Solo esa zona elegida se lanza la publicidad, excluyendo al resto de la nación. 5.4) 4.4) Publicidad Local o bien Detallista Se va reduciendo más la zona geográfica. En este tipo de publicidad local, el alcance se expande a una zona muy reducida cómo puede ser una ciudad y sus alrededores. La parte positiva es que aumentas las posibilidades de que llegue a tu público objetivo. 5.5) 4.5) Publicidad en el Punto de Venta Es el anuncio más cercano al comercio, puesto que es ahí donde tiene presencia este tipo de publicidad. Back to top6) 5) Géneros de publicidad en función del contenido Según la finalidad en la que vaya dirigido nuestro anuncio podemos lograr una serie de resultados muy diferentes. Normalmente se vincula la finalidad del anuncio a la acción de estimar vender, pero no siempre y en todo momento es así, ni muchísimo menos. Puedes hallar diferentes finalidades en las campañas publicitarias como las próximas que te comentaré a continuación: 6.1) 5.1) Publicidad Comparativa La finalidad de la publicidad comparativa es la de sacar los puntos fuertes de tu producto o servicio frente al de la competencia directa y hacérselo saber al consumidor en el anuncio. En resumidas palabras, se trata de comparar tu producto frente el de la competencia sacando los puntos fuertes de tu producto que la competencia no puede ofrecer o no da igualado. Un claro y corto ejemplo es este video donde Don Simón hace una comparativa de su producto con el de la competencia. 6.2) 5.2) Publicidad Emotiva Cuando el mercado está sobresaturado o se halla ya en un periodo de madurez ya no basta con que el anuncio te cuente las características del producto, quieres algo más. Es aquí donde entra la publicidad emotiva, cuya función primordial es despertar las emociones de los usuarios y hacerles trasmitir la marca o producto de otra manera diferente y original que destaque y se separe de tu competencia. En la publicidad informativa consiste en ayudar a comprender a los usuarios el uso del producto y las ventajas que tiene es una de sus misiones. Se acostumbra a emplear en productor de alto valor económico a fin de que la gente vea que el precio está más que justificado y que les puede ayudar a hacer la vida más fácil. 6.4) 5.4) Publicidad Transformativa La finalidad de la publicidad transformativa es la de transmitir los valores que en un principio el producto no es capaz de poder trasmitir al consumidor. Dicho de otra manera, este tipo de publicidad se usa para hacer entender al consumidor que transformación le va a dar el producto a su vida en el instante de emplearlo, haciéndole la vida más fácil o resolverle los problemas que tenía ya antes de adquirir el producto. Video ejemplo de anuncio de publicidad transformativa de Coca-Cola. Back to top7) 6) Tipos de publicidad en función de la naturaleza del anunciante Según sea la naturaleza del anunciante las maneras de efectuar publicidad variarán en función de amoldarse a los objetivos de cada entidad. Podemos distinguir tres grupos: 7.1) 6.1) Publicidad para Empresas Privadas Es el género de publicidad más común donde la sociedad está más habituada. La misión principal es la de vencer al potencial usuario que adquiere el producto que una compañía privada está comercializando. 7.2) 6.2) Publicidad para Organizaciones sin Ánimo de Lucro En la publicidad para organizaciones no se vende ningún género de producto o bien servicio. La misión de este género de publicidad es la de informar a las personas el tipo de actividades que realizan este género de organizaciones para poder sumar más personas a la causa. 7.3) 6.3) Publicidad para la Administración Pública. Tampoco se vende ningún tipo de producto o bien servicio, del mismo modo que en el caso anterior. La función principal es la de informar y mejorar la imagen de marca de la administración pública. Back to top8) 7) Tipos de publicidad según del número de anunciantes Dependiendo del número de anunciantes se pueden distinguir 2 tipos de publicidad que te voy a contar ahora. 8.1) 7.1) Publicidad Individual Donde solo hay un anunciante. 8.2) 7.2) Publicidad Colectiva Aquella que es efectuada por dos o más empresas que tienen un propósito en común y no tienen pues tener relación alguna. Un ejemplo de ello, a fin de que quede más claro, es la colaboración que tiene Coca-Cola con ciertas marcas de alcohol como Bacardí para crear un pack único. A este tipo de publicidad también se le llama publicidad mancomunada. Back to top9) 8) Tipos de publicidad ilegal Aquí llega la parte más oscura del artículo, ya que no todos y cada uno de los anuncios que ves o que nos llegan están permitidos por la ley. A si que voy a explicarte tres tipos de publicidad ilegal: 9.1) 8.1) Publicidad Engañosa Es aquel género de publicidad donde se engaña o bien engaña al receptor del anuncio proporcionándole información falsa del producto o bien servicio. 9.2) 8.2) Publicidad Agresiva Es el tipo de publicidad más peligroso. Aquí, en este género de publicidad se está tentando a la libertad personal del consumidor donde el resultado final puede llegar a ser acoso. 9.3) 8.3) Publicidad Desleal Es aquella que provoca menosprecio así sea de forma directa o indirecta a una persona o empresa atacando en la mayoría de las ocasiones a sus productos. Back to top10) 9) Tipos de publicidad según la manera en que se transmite el mensaje Hasta ahora has visto los diferentes lugares en los que se emitan la publicidad, mas hay un apartado fundamental del que no podemos olvidarnos, que es la forma en la que transmitimos el mensaje publicitario. Algunas de las más esenciales son de las que te voy hablar ahora: 10.1) nueve.1) Publicidad ATL o bien Sobre la Línea Es el tipo de publicidad que usan los medios de difusión promocionales tradicionales. Tiene unos grandes gastos, mas al unico logras mayor llegada y alcance. Algunos de los medios publicitarios más utilizados son la: Televisión. Radio. Periódico. Revistas. Carteles promocionales. 10.2) 9.2) Publicidad BTL o Debaajo de la Línea Estamos frente a un tipo de publicidad no masivo, es decir, es el caso contrario de la ATL, aquí se emplean medios como: Email. Llamadas telefónicas. Puntos de venta. Redes sociales. Aunque tiene un menor alcance en comparación con la ATL, también su costo o costo es menor y otra de las ventajas es que va más directo al potencial usuario. 10.3) 9.3) Publicidad Interactiva Es aquella en la que el potencial cliente interactúa con el anuncio cómo puede ser en las llamadas telefónicas o bien en los anuncios de los dispositivos móviles o bien redes sociales. 10.4) 9.4) Publicidad Viral El objetivo de este tipo de publicidad es que sea compartida por diferentes medios de comunicación de manera que los potenciales clientes del servicio faciliten la propagación del anuncio, donde las redes sociales acostumbran a jugar una enorme baza para este género de anuncios. Para que esta clase de publicidad sea efectiva tiene que atraer al espectador. Marcha realmente bien los modelos de anuncios entretenidos, reflexivos o emotivos. Back to top11) Conclusión sobre los modelos de publicidad Y has llegado al final ¿Qué te ha parecido? ¿Crees que existían tantos tipos de anuncios? ¿Descubriste alguno nuevo? La verdad es que tienes un enorme abanico de posibilidades a la hora de escoger un medio o formato publicitario para tu marca o bien negocio y esto supone un arma de doble filo. Al igual que tienes la ventaja de donde elegir también corres el riesgo de escoger el tipo de publicidad erróneo para la empresa. Para terminar me gustaría que me dejaras en los comentarios que te ha parecido el artículo y si te ha gustado. ¿Conoces todos las clases de publicidad para promocionar tu marca o bien negocio? Averigua las clases de publicidad en función del: Objetivo Target Medio de difusión Alcance Contenido ... vía #Marketing pic.twitter.com/E3qPfsytpKp — Alejandro Castro (@Castro_Valin) Soy Alejandro Castro Valín, consultor de Facebook e Instagram Ads. Mi objetivo es ayudarte a mejorar la visibilidad de tu marca o empresa y aumentar las ventajas de sus productos o bien servicios a través de la publicidad.Back to top Los vemos, oímos y leemos cada día, encontrándolos en la tele, en la radio y, como no, mientras navegamos por Internet: los anuncios han invadido nuestras vidas, y no es algo nuevo. Existen muchos tipos de anuncios publicitarios, en función de qué tipo de criterio usemos para clasificarlos. A continuación descubriremos los 25 tipos de publicidad en el móvil es un método que ha experimentado un gran crecimiento. Se trata de los anuncios que salen cuando estamos usando cualquier aplicación que tengamos descargada en nuestro teléfono. 1.4. Publicidad en video Los videos son uno de los canales más usados de consumo de contenido. Ya sea para ver un tutorial, enterarse de una noticia o conocer la opinión de un Youtuber, recurrimos a los videos antes que a la lectura de un artículo en Internet, y las empresas aprovechan esto poniendo sus anuncios al darle al play. 1.5. Publicidad en banner La publicidad en banner o display son esos anuncios que se encuentran en los márgenes de una página cuando la visitamos o, cuando estamos viendo un video, el rectángulito que sale en la base. Pueden estar formados por imágenes pero también los hay con videos y audio. 1.6. Publicidad en buscadores La publicidad en buscadores o SEM son todas las campañas de pago que se realizan en los motores de búsqueda principales. Por ejemplo, cuando estamos buscando usando Google, los primeros resultados que aparecen suelen ser de empresas que han pagado para que sus páginas salgan entre las primeras y, así, incrementar las posibilidades de ser consultadas. 2. Publicidad Impresa La publicidad impresa es una de las formas más antiguas de hacer publicidad, de hecho se podría considerar la primera a excepción del boca a boca y anunciar las cosas en la plaza del pueblo como antaño se hacía. Consiste en toda forma de publicidad que se haga en formato papel, como los anuncios que encontramos en prensa, revistas, carteles, correo directo o flyers. 3. Publicidad radiofónica La publicidad radiofónica consiste en los anuncios que escuchamos por la radio. En esta modalidad también incluiríamos los anuncios que se cuelan cuando estamos escuchando un Podcast, tanto siendo anunciados por los propios comentaristas haciendo referencia a sus patrocinadores o bien en forma de anuncio que sale y nos oferta su servicio o producto. 4. Publicidad televisiva Los anuncios de televisión eran hasta hace relativamente poco la forma más impactante que tenían las empresas de promocionar sus ofertas. No ha pasado a mejor historia, puesto que a día de hoy la caja tonta sigue teniendo una gran influencia y, de hecho, se ha ido extendiendo la idea de que anunciarse en la televisión supone cierto prestigio puesto que no sale precisamente barato. Entre los anuncios que forman la publicidad televisiva encontramos los publireportajes, la televenta, los spots publicitarios y también el patrocinio que aparece en los telediarios, programas del corazón y otros espacios televisivos. 5. Publicidad exterior La publicidad exterior es la que encontramos en espacios públicos como vallas y lonas publicitarias o mensajes colocados en el mobiliario urbano. El impacto de este tipo de publicidad es difícil de medir, además de ser poco selectivo puesto que cualquier persona puede verla. 6. Publicidad boca a boca La publicidad boca a boca, a pesar de ser bastante rudimentaria, se puede considerar uno de los tipos de anuncios publicitarios más efectivos, sobre todo cuando se habla de productos y servicios de alto coste. Los consumidores, lo primero que hacemos cuando estamos interesados en adquirir un bien o servicio es buscar opiniones de otras personas para ver si han quedado satisfechas con ese mismo producto o servicio. Además, cuanto más cercanas sean las personas a las que pedimos su opinión o más influyentes nos parezcan, más efectiva será porque nos fiaremos más del producto o servicio en cuestión. Quizás te interese: "Las 5 diferencias entre publicidad y propaganda" 7. Publicidad telefónica La publicidad telefónica es, irónicamente, la más usada por las propias compañías de telefonía para ofertar sus servicios y productos, además de captar a nuevos clientes. Esta modalidad de publicidad no dispone de buena fama, y no es extraño puesto que resulta un tanto incómodo e incluso violento tener que decirle a alguien que no se está interesado en lo que nos oferta, a pesar de su insistencia. Pero curiosamente, esta es una de las modalidades de anuncios publicitarios más recomendados para cerrar ventas, puesto que si se logra captar la atención del cliente se le puede convencer de adquirir el servicio ofrecido. Tipos de publicidad según área geográfica de alcance Los anuncios se pueden clasificar también en función del área geográfica de alcance Los anuncios se pueden clasificar también en función de que tipo de criterio usemos para clasificarlos. A continuación descubriremos los 25 tipos de sentimiento regional o nacional o hayan diferencias geográficas en cuanto a lo consumido sea el producto en cuestión. En marketing siempre se debe tener en cuenta que las costumbres y las culturas influyen en el comportamiento de los consumidores. 8. Publicidad regional o local La publicidad local es fundamental para todo negocio que quiere impactar en su comunidad, especialmente si acaba de comenzar y necesita crearse cierta fama en su ciudad. Este tipo de publicidad también es la que usan las marcas que quieren reforzar su imagen, personalizando sus anuncios según la región haciendo que sus habitantes se sientan especialmente tenidos en consideración. 9. Publicidad nacional En la publicidad nacional se pretende impactar a toda la nación, entendida como el estado soberano en el que se promocionará un determinado bien o servicio. Es decir, no existen límites regionales ni diferencias entre una región y otra en cuanto a la adaptación de los anuncios, a diferencia de lo que sucedía en el caso anterior. 10. Publicidad internacional Con la publicidad internacional se pretende difundir un producto o servicio a nivel mundial o, por lo menos, en varios países a la vez. Este tipo de anuncios son un poco complicados, puesto que a pesar de que el mensaje de base sea el mismo para cada país este se debe modificar en función de la lengua, cultura y valores que tenga cada sociedad objetivo a la que se dirige. Tipos de publicidad en función de su contenido En este apartado vamos a ver los tipos de publicidad en función del contenido del anuncio publicitario. Esto va a depender de varios factores, entre ellos: Precio del producto Grado de conocimiento del producto Uso del producto 11. Publicidad informativa El objetivo de la publicidad informativa es educar a los clientes sobre los posibles usos de un producto y qué beneficios implican. Este tipo de anuncios suelen ser utilizados en productos de precio alto o que tienen un nivel de implicación alto para tratar de hacer entender a los potenciales clientes que problemáticas del día a día resuelve este bien. Un ejemplo de publicidad informativo son los anuncios de la telienda. 12. Publicidad comparativa La publicidad comparativa consiste en comparar nuestro producto con el de la competencia. Su principal objetivo es el de destacar los beneficios y características de aquello que ofertamos comparándolos con los del producto de una marca rival, dando a entender que lo nuestro es mejor. Es un tipo de publicidad un tanto controversial, algo que se evidencia en el hecho de que hay países en los que no se pueden comparar productos de marcas distintas en la publicidad, siendo considerada competencia desleal. En aquellos estados donde esta práctica publicitaria sea legal es necesario que la empresa vaya con mucho cuidado a la hora de comparar su producto con el de la competencia, ofreciendo datos reales de ambos productos y siendo "objetiva". 13. Publicidad transformativa La publicidad transformativa tiene como objetivo transmitir unos valores, ofertando su producto o servicio como ese objeto o función que ha venido a transformar nuestras vidas, sobre todo destacándolos como algo que va a solucionar varios de nuestros problemas. 14. Publicidad emocional Los anuncios emotivos son aquellos cuyo visionado implica despertar emociones en la audiencia a la que se dirige. Estos anuncios son el resultado de que vivamos en una sociedad donde hay una competencia comercial altísima, tanto que ya no sirve solamente destacando los beneficios de un producto o servicio. Es necesario ir un paso más allá, tirando de imaginación y provocar una respuesta emocional en el receptor. Tipos de publicidad según el número de anunciantes Los anuncios se pueden clasificar también en función del número de anunciantes que haya detrás. Principalmente podemos hablar de dos tipologías. 15. Publicidad individual La publicidad individual es todo aquel anuncio en el que solamente exista un anunciante. 16. Publicidad colectiva La publicidad colectiva suele ser utilizada cuando se promocionan productos complementarios en su consumo, siendo la colaboración de dos o más marcas. Un ejemplo de esto lo tenemos en los anuncios en donde se oferta un tipo de alcohol y se indica que combina muy bien con una bebida gaseosa de una marca en concreto. Tipos de publicidad según de a quién va dirigida Podemos distinguir entre diferentes tipos de anuncios publicitarios en función del tipo de personas a las que vayan dirigidos. Por regla general pensamos que los anuncios solo se dirigen a los consumidores, entendidos como individuos, pero lo cierto es que también se pueden dirigir hacia negocios. 17. Publicidad B2B La publicidad B2B o "Business to Business" es aquella que va de empresas para otras empresas, esto es, anuncios que se dirigen hacia organizaciones, no consumidores individuales. 18. Publicidad B2C La publicidad B2C o "Business to Consumer" es la clásica realizada por empresas para consumidores, siendo la más común en los medios de comunicación como la televisión, periódicos e Internet. 19. Publicidad C2C Finalmente tenemos la publicidad C2C o "Consumer to Consumer", aquella en la que la actividad comercial se da entre los propios consumidores. Este tipo de anuncios serían los que encontramos en páginas de segunda mano donde particulares ponen a la venta los productos que ya no usan como, por ejemplo, Milanuncios, Wallapop, vibbo... Tipos de publicidad en función de quién la emita Podemos hablar de diferentes tipos de anuncios publicitarios en función de qué organización empresarial o gubernamental la esté haciendo 20. Publicidad de empresas privadas La publicidad de empresas privadas es a la que más estamos acostumbrados, consistiendo en los anuncios que realizan las grandes empresas para promocionar sus productos y servicios. Estos anuncios tienen la intención de influir sobre el comportamiento de compra del público objetivo, motivándolos a adquirir aquello que la marca ofrece. 21. Publicidad de organizaciones sin ánimo de lucro En los anuncios publicitarios realizados por organizaciones sin ánimo de lucro no se vende ningún producto ni servicio, sino que se pretende concienciar a la sociedad sobre las actividades que realiza la organización. Sus objetivos son recaudar donaciones y motivar a personas solidarias para que se unan a la organización y la ayuden con su cometido. 22. Publicidad de la administración pública Los anuncios emitidos por empresas gubernamentales y demás órganos de la administración pública no pretenden vender un producto directamente, sino potenciar la imagen de marca de la administración del estado. Puede tratarse de anuncios realizados por la propia comunidad autónoma, estado, provincia, consejo insular, comarca... y se pueden orientar para conseguir más visitas turísticas o para informar sobre determinados servicios disponibles para la ciudadanía. Tipos de publicidad ilegal Finalmente toca hablar de los tipos de anuncios publicitarios que implican la comisión de algún tipo de delito o acto ilícito. 23. Publicidad engañosa Se entiende por publicidad engañosa a todo aquel tipo de anuncio en el que se engaña o miente al receptor, dándole información falsa sobre el producto o servicio. 24. Publicidad agresiva Con publicidad agresiva nos referimos a aquella en la que se está atentando a la libertad personal del consumidor, acosándole o amenazándole de que si no compra su producto o adquiere su servicio habrán consecuencias. Un ejemplo de este tipo de publicidad son las llamadas a deshoras realizadas por empresas con pocos escrúpulos. 25. Publicidad desleal La publicidad desleal es aquella en la que se provoca menosprecio hacia una persona o empresa, ya sea de forma directa o indirecta, atacándole o diciendo explícitamente que sus productos o servicios son un fraude.