



Objetivo

Identificar los elementos esenciales que hacen de la publicidad una herramienta efectiva en el apoyo de las estrategias comerciales de marcas, productos y servicios.

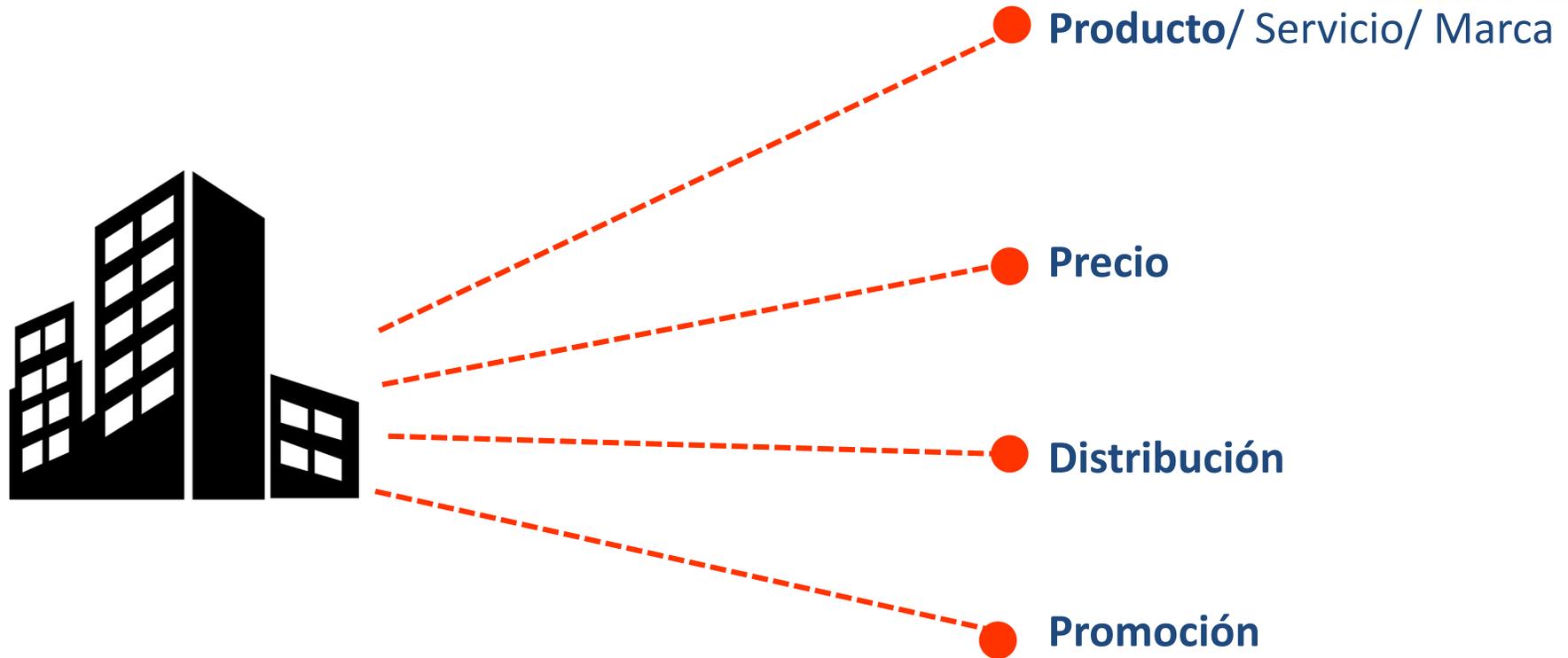
Mtro. Gustavo Santana Cervantes

Publicista de profesión, Maestro en Habilidades Empresariales y con dos especialidades enfocadas en el área de inversión en medios publicitarios.

Gustavo tiene una trayectoria de 26 años en el ámbito publicitario en donde se ha desempeñado principalmente en las áreas estratégicas de inversión en medios, así como en funciones relevantes como mercadólogo de diversas marcas, productos y servicios.

Actualmente, es Director General de Tacti-k, su propia firma comercial, y es Asesor Principal de la agencia de medios Circle, cuya función primordial es realizar el sustento mercadológico para la planeación de la inversión publicitaria en medios de los clientes de la agencia y su competencia, entre los que se cuentan: Price Shoes, Los Bisquets Bisquets de Obregón, Blue Buffalo, Good Year y Pierre Fabré.

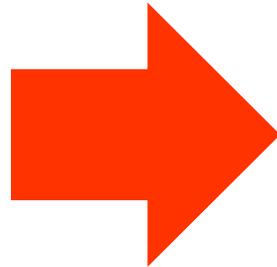




**Toda empresa requiere de
4 elementos básicos para
acercarse al éxito**



Promocionar



DAR A CONOCER

Herramientas de
Comunicación.

- Un vendedor que ofrezca la marca
- Lograr que la gente recomiende el producto
- Dar muestras del producto
- Hacer publicidad

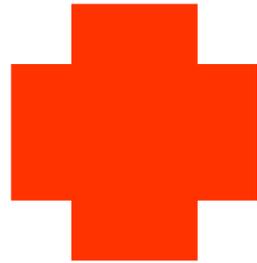
La **PUBLICIDAD** es una de las herramientas de comunicación más efectiva para dar a conocer un producto o servicio



- **Aporta información del producto/ Servicio**
- **Debe ir dirigida a un público objetivo**
- **Se transmite a través de medios de comunicación**
- **Debe provocar una conducta del consumidor**
- **El anunciante debe pagar por su transmisión**

¿Qué decir?

¿Qué es lo que la marca quiere que su consumidor sepa del producto?



¿Qué es lo que el consumidor verdaderamente quiere saber del producto?

- Aporta información del producto/ Servicio



- + ¿Quiénes son?
- + ¿Cuáles son sus principales intereses?
- + ¿Qué es lo que realmente les motivaría a comprar un producto?
- + ¿Qué ven, leen, escuchan, hacen?

- Debe ir dirigida a un público objetivo



Los espectadores de la publicidad son heterogéneos, pero al mismo

- + ¿Cuáles son más efectivos económicamente?
- + ¿Cuáles son mejores para la audiencia?
- + ¿Utilizar medios tradicionales o nuevos?
- + ¿Cuánto invertir en ellos?



- Se transmite a través de medios de comunicación

El entorno actual está compuesto por un mayor número de vehículos de comunicación y los hábitos de exposición a los medios son cambiantes

- + **Utiliza argumentos persuasivos**
- + **De una u otra forma debe reflejarse en ventas**
- + **Se debe tener claro el objetivo a alcanzar y**



- **Debe provocar una conducta del consumidor**

- + Las organizaciones más experimentadas destinan estratégicamente un alto presupuesto para hacer publicidad
- + Las empresas que inician o que son de tamaño pequeño requieren de ser conocidas para ingresar a un mercado muy competitivo
- + La publicidad puede resultar “cara” si no tiene un sustento estratégico



● El anunciante debe pagar por su transmisión

¡Gracias!

 **santanaonline**

En la UNITEC puedes estudiar una Licenciatura en Publicidad y Medios

UNITEC[®]

Si quieres desarrollarte en áreas relacionadas con comunicación, mercadotecnia o publicidad, estudia la **Licenciatura en Publicidad y Medios** de la UNITEC, que te permitirá implementar proyectos y crear campañas publicitarias de alto impacto utilizando la mezcla de diversos medios, a través de una preparación sólida y actualizada que enriquecerá tu conocimiento.

¡conoce nuestra oferta educativa!

<http://www.unitec.mx/licenciatura-en-publicidad-y-medios/>



+posibilidades de llegar más lejos profesionalmente