Características de la Publicidad

Para conocer las características de la publicidad, primero debes saber que la publicidad se trata de un conjunto de estrategias. Todas las estrategias buscan **dar a conocer los servicios o productos** que se ofrecen a la sociedad en general.

Sin embargo, es un trabajo difícil donde sus creadores deben tener cierto conocimiento para que sea realmente eficiente.

Cuando la publicidad cuenta con una buena creación será más sencillo posicionar una marca o trabajo en la mente de los consumidores como un producto o servicio de buena calidad.

Es por esa razón que los creadores de marketing o publicidad toman mucho tiempo y recursos para crear cada una de las campañas publicitarias.

Todos los medios permiten hacer publicidad actualmente tanto de manera analógica como digital. Sin embargo es necesario que cada uno cumpla con las **bases publicitarias** para que funcione de manera adecuada sin importar el tiempo.

Si bien, cada diseño publicitario puede tener un enfoque y una creación diferente, lo importante es que logre su objetivo de **alcanzar a todo el público que pueda**.

Sin embargo, antes de poder ser vista por los usuarios es necesario que cuente con ciertas características importantes. Por esta razón conocerás a continuación los conceptos básicos que deben seguir las publicidades para que funcionen de manera eficiente.

¿Cuáles son las características de la publicidad?

Las características de la publicidad más resaltantes son 10, sin las cuales sería **imposible transmitir un mensaje** a los potenciales clientes. Conoce cuáles son a continuación:

Poder de persuasión

Una de las características de la publicidad es que su función principal busca persuadir al cliente. Con esto se busca **incrementar las ventas** del servicio o el producto al que refiere, por esta razón todas las publicidades buscan convencer a sus potenciales consumidores.

Es así como muchas personas pensarán que el servicio o producto ofrecido es mejor o resolverá de manera más eficiente cualquier tipo de problema común.

Debido a esto, la publicidad busca **impactar en la emoción y necesidad** del consumidor para ganar su confianza. Esto se logra a través de argumentos sencillos de comprender y que justifiquen fácilmente la compra del producto.

Al mismo tiempo, la publicidad puede funcionar para recordar a los usuarios de la existencia y eficiencia de un producto nuevo o ya conocido anteriormente.

Debe promocionar

La publicidad se conoce como una manera de comunicación cuyo fin es dar a conocer servicios o productos a través de incentivar sus ventas. Si bien, puede ser confundido fácilmente con propaganda, la publicidad es un concepto completamente distinto.

Esto se debe a que la publicidad no busca influir en las ideologías de los clientes, sino que busca **influir en sus**

hábitos de compra a través de la promoción.

Si bien, las propagandas también **recurren a la promoción** en muchas ocasiones, estas solo buscan cambiar la manera de pensar de una población. Es por esto que en muchas ocasiones se habla de la propaganda política y no de la publicidad política.

Estrategia creativa

Entre las características de la publicidad más importantes se encuentra la creatividad para promocionar y esto se consigue con un buen equipo creativo.

Ya que la publicidad siempre **responderá a un objetivo de negocio** es necesario crear una estrategia creativa que se alinee con los intereses de la empresa o marca.

Esto quiere decir que la publicidad siempre tendrá que enmarcarse en un **plan de marketing general**. A su vez, para que funcione de manera correcta la estrategia creativa tendrá que responder a una planificación previa bien sea mensual, trimestral o anual.

Supone un coste para el anunciante

Hay que tener claro que sin importar la empresa o anunciante, si se busca hacer publicidad significará invertir tiempo, recursos y dinero para ese fin.

Esto se debe a que los modelos publicitarios son diferentes y tienen un valor distinto dependiendo de la **cantidad y la difusión** que ofrezcan.

De esta manera, es común que las empresas que buscan una buena publicidad obtengan a cambio **mayores beneficios para la empresa**. Además, el beneficio ofrecido debe superar al coste invertido en la creación de publicidad.

Para poder calcular este tipo de relación es necesario utilizar la fórmula ROI o Retorno de Inversión. Cuando esta fórmula demuestra números positivos significa que la inversión de la campaña publicitaria ha sido exitosa.

Es para un público determinado

Es común encontrar publicidad en todos los medios masivos de la actualidad como radio, televisión e internet. Sin embargo, la publicidad de cada marca o empresa busca influir en determinado tipo de público según sean sus intereses.

Debido a esto es necesario **crear un perfil de cliente** al cual será dirigida la publicidad y debe ser lo más específico posible. Por esa razón es común establecer parámetros de perfil como por ejemplo: Hombres profesionales entre 30 y 50 años de edad.

Este tipo de perfiles permite crear un **mensaje publicitario adecuado** para personas en específico. Si bien, al ver la publicidad otro tipo de personas pueden sentirse interesadas, será más probable alcanzar al público que realmente se busca de manera más eficiente.

Cuenta con diferentes recursos creativos

Entre las características de la publicidad no pueden faltar los diferentes recursos audiovisuales que puede presentar. Son comunes los videos, las imágenes creativas o los discursos que se graban en la memoria en un buen contenido publicitario.

Esto se debe a que la publicidad debe ser **identificada inmediatamente** debido a su creatividad.

Por esta razón se hace común apelar a las emociones y las sorpresas para asegurarse un espacio en los recuerdos de los usuarios que seguramente serán fieles mucho tiempo a la marca.

Busca la originalidad

De las características de la publicidad más obvias se encuentra la búsqueda de ser original en un mercado saturado de ideas nuevas constantemente.

Ya que, con la tecnología actual los usuarios se encuentran rodeados masivamente de avisos publicitarios es necesario **destacar de la competencia**.

Esto generalmente se consigue mediante recursos y formatos diferentes e inesperados. Sin embargo, lo más común es repetir constantemente lo innovador que resulta el producto que se presenta.

Es necesaria la repetición

Debido a que una de las características de la publicidad siempre será ser recordada por los usuarios, es indispensable recurrir a patrones repetitivos. De esta manera los usuarios podrán conocer y **expandir los valores de la marca** de manera consiente e inconsciente.

Esto se logra a través de publicidad con suficientes elementos de impacto que permita al usuario recodar al mensaje y la marca sin mucho esfuerzo.

Otra forma de recurrir a la repetición es transmitir a lo largo del tiempo el mismo mensaje de manera diferente o a través de diferentes **canales de comunicación**.

También, se puede quedar plasmado en el recuerdo de los usuarios con solo repetir de manera constante la publicidad en un solo medio de comunicación.

Ética ante todo

Debido a su facilidad de persuasión la publicidad **no debe recurrir a campañas desleales** o engañosas de ningún tipo. Para esto existen diversos organismos públicos que se encargan de regular la ética de la publicidad.

De esta manera los anunciantes o agentes que realicen este tipo de contenido deben hacerse responsables de sus actos.

Contenido personalizado

Si se desea ofrecer un mayor efecto sobre los consumidores lo ideal es no crear publicidad general, sino **satisfacer necesidades personales** de los usuarios.

De esta manera se busca que la publicidad coincida con ciertos pensamientos o acciones que realicen los usuarios cada día.