

¿Qué es un texto publicitario?

El texto publicitario es el que intenta llamar la atención de clientes y usuarios para convencerlos de hacer determinadas acciones. Estas acciones no tienen que ver necesariamente con ayudarles a tomar decisiones de compra.

De igual manera, estos textos pueden incitar a establecer un tipo de contacto, solicitar información acerca de productos o tan solo para pedir presupuestos.

Dentro de las estrategias de marketing digital, los textos publicitarios son importantes debido a que son textos persuasivos con un fin comercial.

De esta forma, un anuncio de este tipo puede llegar a muchas personas, esto genera diversas oportunidades de ventas para las marcas que adoptan esta estrategia.

Tipos de textos publicitarios



Al emplear un tipo de publicidad como un texto publicitario, **lo ideal es que se use como un complemento de una [estrategia de marketing](#)** más extensa de contenidos que no sean intrusivos. Según la teoría que más se utiliza y más se lee, hay al menos 2 tipos de textos publicitarios.

Texto publicitario narrativo

El texto publicitario narrativo **es una opción sólida para aquellas marcas y compañías que quieren atraer al público a través de sentimientos y emociones**. Este tipo de texto utiliza el relato de historias para establecer una conexión sentimental con el público objetivo.

De esta forma, a través de un texto publicitario narrativo, evoca emociones que las personas jamás sentirían sin tener la marca o el producto que se está vendiendo.

Muchas personas de diferentes generaciones han crecido interactuando con publicidad de marcas reconocidas en las que se relata su historia. También, **muchas marcas asocian sus productos con épocas especiales, como la Navidad**.

Textos argumentativos – descriptivos

Es un tipo de texto que **se basa en uno o varios argumentos sólidos para convencer a la audiencia de que un producto es el ideal** para ella.

Además de convencer con argumentos, suelen ser descriptivos, es decir, son aquellos que explican muy bien los atributos de un producto o un servicio, aparte de explicar los beneficios de los mismos.

Las industrias de productos tecnológicos son los que aplican este tipo de textos publicitarios, más que todo, en la industria de los smartphones.

Los textos con los que las marcas acompañan los dispositivos

móviles, por ejemplo, exponen todas sus funcionalidades, diferencias con otros, su durabilidad, precio, entre otros.



Características de un texto publicitario

Los textos publicitarios de éxito cumplen con diversos rasgos **distintivos** para que sea entendible y para que las personas puedan leerlo fácilmente y asociar el texto con la marca.

- Claridad; un texto publicitario debe ser fácil de entender.
- Síntesis; a través de mensajes cortos y de ideas concretas se puede persuadir al público eficientemente.
- Coherencia; los recursos que se destinan a los textos publicitarios deben estar apegados a los valores, principios y visión de la empresa o marca. Además, este tipo de publicidad no debe verse como una estrategia aislada.
- Originalidad; los textos publicitarios quedarán en la mente de las personas solamente si son únicos y

originales. Es particularmente importante a la hora de establecer el [slogan](#) de la organización, ya que puede decirse que es el texto publicitario de la misma de por vida.