



MEDICINA VETERINARIA Y ZOOTECNIA
ACCIÓN PROMOCIONAL

Sexto cuatrimestre grupo A

Mayo - Agosto

MVZ. Gumeta Moreno Sarain

Alumno: José Eduardo Roblero Tovar

Actividad: Ensayo

Comitán, Chiapas.

PUBLICIDAD

El siguiente trabajo tiene como única finalidad detallar mediante este ensayo cuales son los principios dados dentro de la publicidad y todo lo relacionado a ella, es decir como con el paso del tiempo este tipo de actividad ha tenido cada vez mas potencia en el mercado tanto para consumidores como el productor, emprendedor, empresario etc.

El tema de la publicidad es muy variable en el campo laboral ya que la competencia esta cada vez mas marcado en el tema de las ventas y la producción, como ya sabemos la publicidad es la herramienta tradicional directa del marketing, y tiene los objetivos de divulgar un producto para estimular su consumo, transmitir un mensaje positivo con relación a una marca y fortalecer la presencia de una empresa en el mercado.

La publicidad ocupa un lugar importante tanto para empresas como para consumidores en una economía de mercado. Numerosas empresas realizan importantes gastos / inversiones en publicidad y promociones tendientes a elevar la demanda de sus productos y de esta manera elevar sus beneficios.

La principal función que toda acción publicitaria debe tener es la de comunicar a sus audiencias identificadas los objetivos de la mercadotecnia. Por lo tanto, debe entenderse como una herramienta de la mercadotecnia. El éxito de la publicidad se basa en la definición de objetivos específicos. Dichos objetivos, antes de trazarse, deben resolver algunas cuestiones mercadotécnicas que tienen el potencial de convertirse en obstáculos de la propia publicidad.

Algunas de las funciones que la publicidad tiene es:

- Dar información. Cuando uno ve un anuncio publicitario tal vez lo primero que se le pasa por la cabeza es que alguien quiere persuadirle. ...
- Crear marca haciendo publicidad. ...
- Conseguir más clientes. ...
- Persuasión para la compra. ...
- La publicidad también educa.

Esto nos da la idea clara de que la publicidad es un campo en el que la información es bastante amplia para quienes la saben utilizar,

El valor comercial de la publicidad como factor de influencia se basa no sólo en dar a conocer las características y cualidades de determinado producto o servicio, sino en que este conocimiento sea compartido por otros. La publicidad testimonial es un buen ejemplo de esta realidad: se elige y se compra un producto o servicio porque otros lo hacen (Bonta y Farber, 1994).

Otro tema que abarca todo el tema de la publicidad es el Marketing directo que su historia nos dice que ha nacido hace más de 50 años, desde hace muchos años este tipo de técnica ha sido utilizada por muchos empresarios y trabajadores para dar un gran crecimiento tanto a su negocio como a su empresa sea grande o pequeña.

Es el medio publicitario en el que más invierten las empresas españolas, ya que se presenta como la mejor alternativa para rentabilizar las inversiones publicitarias, debido, en gran parte, a las transformaciones experimentadas en los medios de comunicación.

El marketing directo se puede definir como el conjunto de técnicas que facilitan el contacto inmediato y directo con el posible comprador, especialmente caracterizado ya sea social, económica, profesionalmente, etc. a fin de promover un producto, servicio, idea empleando para ello medios o sistemas de contacto con sistemas multimedia móviles y todos los nuevos medios interactivos. Conviene resaltar que cualquier medio convencional o no que tenga su target plenamente identificado y personalizado puede ser considerado como medio del marketing directo.

Este tipo de herramienta nos ayuda a llegar a más personas en el medio laboral dando más reconocimiento tanto a la marca como a la importancia que tiene para los productores y compradores. El marketing directo es una forma de hacer marketing, es un sistema interactivo de marketing que utiliza uno o más medios publicitarios para conseguir una determinada transacción económica, que es susceptible de medición.

Tiene ventajas como

- Es medible: Sus resultados y su eficacia se pueden medir. La respuesta que se obtiene de forma directa e inmediata permite establecer resultados cuantitativos y evaluar la rentabilidad de la acción.
- Es personalizable. Es una técnica que facilita la toma de contacto de forma directa e inmediata con nuestro target, esto es, permite conocer diferentes informaciones sobre nuestro público objetivo a través de las bases de datos, identificándolo en términos de perfil individual, ofreciéndonos, por tanto, una gran personalización.
- Fidelización. Al establecerse una comunicación interactiva con el cliente, se llega a conocerle más profundamente, lo que nos permitirá poder ofertarle aquello que realmente satisfaga sus necesidades. El marketing de relaciones tiene aquí su máximo exponente.
- Es interactivo. Comunica de forma directa el mensaje a su público objetivo, obteniendo de él una respuesta inmediata y pudiéndole responder de la misma forma, e-mail marketing.

Es por ello que la utilización de esta herramienta nos posibilita mucho campo para poder llegar a mas consumidores empleándolo de una manera correcta y utilizando los diferentes tecnologías y medios de comunicación para que este resulte favorecedor.

Por ejemplo

- Redes sociales
- Email
- Marketing directo
- Radio
- Televisión

Todo esto ofrece un gran aporte a la publicidad para poder llegar a mas publico y por ende a mas consumidores, es por ello que ahí radica el buen uso de esta técnica de publicidad.

Así mismo para poder realizar un plan de marketing que resulte efectivo es necesario tener ciertos conocimientos sobre conceptos relacionados con las empresas y su funcionamiento.

De una forma muy general, se puede decir que los puntos imprescindibles que todo plan de marketing debe contemplar son:

- Análisis de la situación de la empresa
- El público como objetivo
- -conocer la competencia
- Plantearse objetivos
- Dividir para vencer
- Adaptación
- Ejecución

Todos estos puntos son imprescindibles para alcanzar el éxito sin embargo no todos se emplean de la misma forma por ello es importante conocer las medidas y características de nuestra empresa para poder sacarle el mejor provecho.

CONCLUSION

El uso de las herramientas que se plantearon al inicio de este ensayo nos ayudan a nosotros como personas profesionales que en un futuro estaremos inmersos en el ámbito laboral a que podamos fijarnos esas metas para poder haber valer nuestro trabajo al mercado, conocer cuáles son nuestros conocimientos para así poder llegar al consumidor de manera directa.

Este ensayo me deja el aprendizaje de que la publicidad se puede emplear de distintas formas sabiéndola utilizar, llevando a cabo las distintas técnicas que tiene consigo.