



Nombre de alumno: Gilary Garduño Alvarez

Nombre Del Profesor: Karina Maricruz Pérez

Nombre Del Trabajo: Super Nota

Materia: Relaciones Publicas

PASIÓN POR EDUCAR

Grado: 7mo Cuatrimestre

Grupo: A

Comitán de Domínguez Chiapas a 29 de noviembre de 2021

EFICIENCIA ENCEDEDORA DE LA PUBLICIDAD.

La eficacia publicitaria se debe definir en función de los objetos publicitarios. Por lo tanto, una acción publicitaria será eficaz siempre y cuando cumpla los objetivos para los que fue ideada.

OBJETIVOS CUMPLAN LOS SIGUIENTES REQUISITOS

- Deben ser específicos y medibles.
- Debes conocer en qué condiciones de partida se establecen para evitar fijar objetivos que ya se han alcanzado.
- Deben tener un público objetivo perfectamente definido.
- Han de establecerse para un período de tiempo determinado.



COMO EMPRESARIO SON MUCHOS LOS ASPECTOS A TENER EN CUENTA ANTES DE TOMAR LA DIFÍCIL DECISIÓN DE REALIZAR O NO, UNA CAMPANA PUBLICITARIA.

Elegir agencia de publicidad, definir a tu consumidor meta, seleccionar los medios en los que anunciarte y, lo más complicado de todo, decidir qué parte de tu cuenta de beneficios se va a destinar a la acción publicitaria.



ES HORA DE HACER NÚMEROS Y ES NORMAL QUE LAS PRIMERAS PREGUNTAS QUE TE VENGAN A LA CABEZA SEAN:

: ¿Cuánto tardaré en recuperar mi inversión? ¿Necesita mi negocio realizar publicidad? ¿Será rentable para mi empresa? Hace mucho que la publicidad dejó de ser una disciplina donde sólo se adoraba el «saltar de la creatividad».

LA EFICACIA PUBLICITARIA DEPENDE DE MUCHOS FACTORES. HEMOS DE DECIR QUE, PUESTO QUE NO SE TRATA DE UNA CIENCIA EXACTA, NO SIEMPRE ES FÁCIL DETERMINAR HASTA QUÉ PUNTO LOS BENEFICIOS QUE HA EXPERIMENTADO UNA EMPRESA EN UN DETERMINADO PERIODO DE TIEMPO SON CAUSA DIRECTA DE UNA ACCIÓN PUBLICITARIA DETERMINADA