



Mi Universidad SUPER NOTA

Nombre del Alumno: DIEGO IGNACIO CRISTIANI RAMOS

Nombre del tema:

Parcial: 4

Nombre de la Materia: RELACIONES PUBLICAS

Nombre del profesor: KARINA MARICRUZ

Nombre de la Licenciatura: ESTRATEGIAS DE NEGOCIOS

Cuatrimestre: 4

03/12/21




Eficiencia encendedor de la publicidad.

Como empresario son muchos los aspectos a tener en cuenta antes de tomar la difícil decisión de realizar o no, una campaña publicitaria. Elegir agencia de publicidad, definir a tu consumidor meta, seleccionar los medios en los que anunciarte

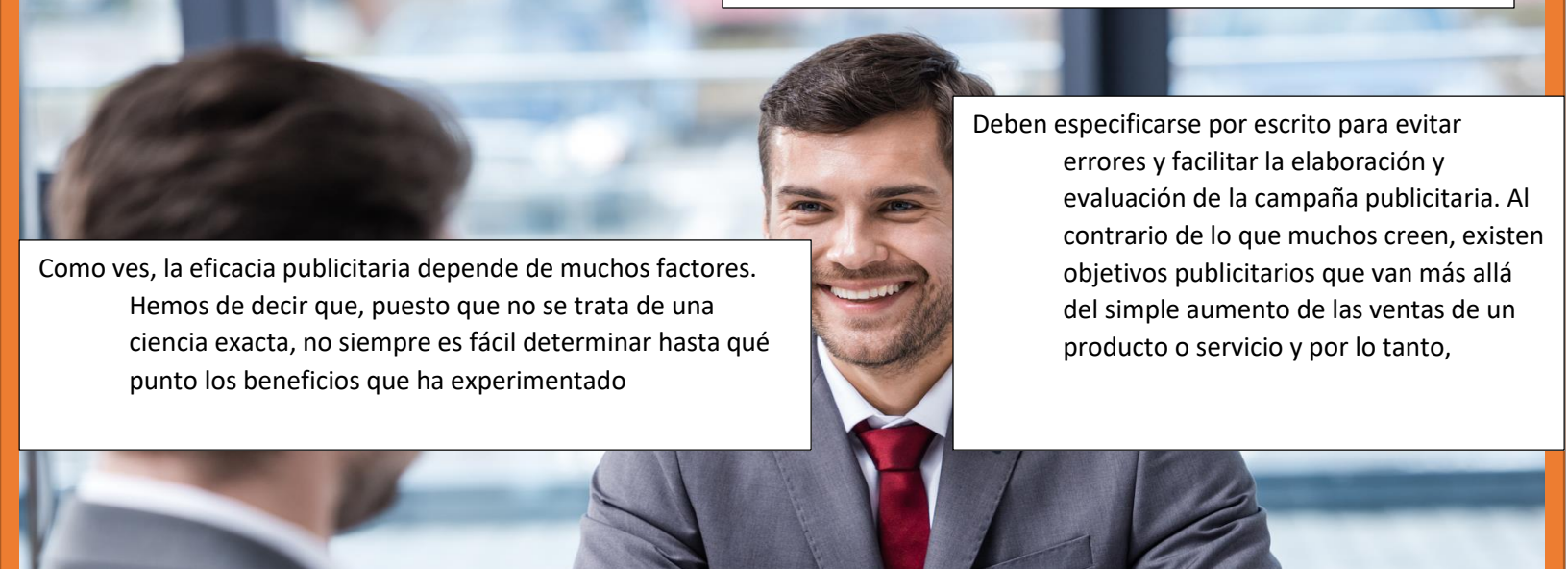
- Deben ser específicos y medibles.
- Debes conocer en qué condiciones de partida se establecen para evitar fijar objetivos que ya se han alcanzado.

¿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 «altar de la creatividad».



Objetivos en función de las ventas. Será la medida más adecuada para medir la efectividad de tu campaña siempre y cuando ésta sea de marketing directo, campañas cooperativas o de recordatorio. • Objetivos en términos de conducta. El efecto positivo de estas campañas publicitarias se mide indagando en los cambios de conducta que han provocado como, por ejemplo: si el consumidor solicita más información del producto o la oferta lanzada

Objetivos basados en los efectos de la comunicación. Nos permiten evaluar el conocimiento de la existencia de una marca, el recuerdo de un anuncio, la actitud del consumidor frente a la marca, la intencionalidad de compra.



Como ves, 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

Deben especificarse por escrito para evitar errores y facilitar la elaboración y evaluación de la campaña publicitaria. Al contrario de lo que muchos creen, existen objetivos publicitarios que van más allá del simple aumento de las ventas de un producto o servicio y por lo tanto,