



Mi Universidad

**Nombre de alumno: Valeria
Carolina Torres Kanter**

**Nombre de profesor: Lic. Cristina
Carreri**

**Nombre del trabajo:
Antecedentes del Marketing y de
la Publicidad**

Materia: Campaña Publicitaria

Grado: 5to cuatrimestre

Grupo: A

Comitán de Domínguez Chiapas a 21 de Enero de 2022.

CAFÉ SOLUBLE

NESCAFÉ  [®]

Como justificación, se puede decir que el diseño realizado es **un anuncio** que intenta ejemplificar un evento que a la mayoría nos ha sucedido, una mancha de café en el lugar en que colocamos nuestra taza, utiliza el Slogan de la marca, está diseñado para que parezca que es un artículo de la revista que fue manchado por la taza de café.

La marca últimamente ha dado mayor importancia a su Slogan a lo largo del mundo, por ello es que simplifique el anuncio al Slogan y el nombre de la marca, únicamente dice el nombre de la marca para que el cliente decida cual de las líneas comprar, ya que es una marca que cuenta con líneas para cada persona (normal, decafeinado, capuchino instantáneo, entre otros).

En este caso el objetivo de **marketing** es que la gente adopte a la marca como parte de su vida diaria, que al ver una mancha de café recuerden "Nescafé".

El objetivo de **publicidad** es que el cliente sienta que Nescafé es una marca que siempre ha estado presente en su vida y siga consumiendo sus productos sobre las marcas de competencia.



**Todo
empieza
con un**

NESCAFÉ  [®]





AGUA NATURAL



En el caso de Bonafont, como justificación del **anuncio**, pensando en que las siguientes vacaciones son por Semana Santa y la mayor parte de las personas suele ir a lugares donde pueda refrescarse, como en este caso la playa, es sumamente importante mantenerse hidratados, y por ello se busca hacer el recordatorio de tomar agua, y que mejor que Bonafont.

La marca cuenta con el Slogan de "El agua ligera", por ello se hace referencia en una frase en la primer página del anuncio, la frase, además de hacer una pequeña referencia al Slogan, toma en cuenta el nivel de estrés que se está viviendo al rededor del mundo por las cuestiones sanitarias, económicas y sociales, invitando al público a relajarse un poco.

El objetivo de **marketing** de la marca es demostrar que la salud mental es tan importante como la física, de esta manera empatizar con el cliente y hacer conciencia en la importancia de la salud emocional.

El objetivo de **publicidad** es que el cliente recuerde mantenerse hidratado, tomando la mejor agua, la cual sería Bonafont.



*Vive la
vida más
ligera...*



NUEVA
100% agua de
fuente BOTELLAS

BONAFONT
el agua ligera

CONT.
NETO 1L



*Vive la
vida más
ligera...*

