LA EVOLUCIÓN DE LA PUBLICIDAD

En los años 80 y 90, primó más que la originalidad el estilo, el crear una marca e imponerla como forma de asociarse o incluso apropiarse a veces con una tendencia, moda o en ocasiones un sentimiento determinado (por ejemplo, Coca-Cola con una imagen familiar)

En los 2000 en adelante con la llegada de internet, llegaron nuevas formas de atraer al consumidor. Nuestra información se ha convertido en su beneficio, leyendo nuestros datos y gustos directamente de internet, y guiándose por estos, se ha invertido la mayoría de las campañas en dirigirlas hacia públicos más concretos y estrechos. Además del incremento publicitario en todos los medios ya dominados hasta la nueva oleada tecnológica (televisión, prensa,radio,etc), ahora con el rastro que dejamos en la web, los anuncios los tenemos más cerca que nunca, solo hace falta abrir cualquiera de nuestros dispositivos para ver que las compañías nos conocen queramos o no.

La publicidad comenzó con la promoción de productos y servicios, posteriormente se desarrolló con el posicionamiento de marca. Si queremos hacer llegar a un determinado público las cualidades que distinguen a nuestro producto del resto y qué es lo que lo hace tan especial, tendremos que enfocar nuestra estrategia en la publicidad de un producto

La publicidad de productos es la promoción de bienes de consumo e información relacionada a ellos con un carácter comercial a través de diferentes canales como: televisión, radio, redes sociales, sitios web y medios impresos.

Su objetivo es vender a un público determinado que quiere el producto, promocionar el nombre de la empresa y transmitir un mensaje que será recordado favorablemente.

Historia de la Publicidad de productos:

En el comienzo de los anuncios publicitarios, el proceso litográfico de 3 colores fue la primera técnica a la que se recurrió, para la creación de carteles en cine y publicidad de distintos productos. Tras la Segunda Guerra Mundial, la litografía de piedra comienza a perder lugar contra el offset.

Después de unos años se introduce la fotografía y en los 80’s los ordenadores provocan una revolución a gran escala. Se inicia, de este modo, la creación de otros métodos de estampados digitales para anuncios publicitarios en distintos formatos.

El desarrollo tecnológico y la digitalización de los últimos 20 años provocaron cambios profundos referidos a la comunicación de las masas. Los accesos a la información en la actualidad acercan la publicidad a los medios digitales, dónde el usuario y su experiencia toma importancia por encima del producto. Aún así, surgen nuevos métodos para realizar publicidad de productos de manera efectiva, una de ellas consiste en la aparición de las redes sociales, las cuales son las más rentables, pues son gratuitas, a menos que quieras promocionar los posts.