



**Nombre del alumno: Diana Laura Castañeda Flores.**

**Nombre del maestro: Cristina Carreri.**

**Materia: Campaña Publicitaria.**

**Trabajo: ANÁLISIS DE MARCA, PÚBLICO OBJETIVO Y APLICACIÓN.**

**Grado: Quinto cuatrimestre.**

**Grupo: Diseño Gráfico.**

McDonald's.

McDonald's es una franquicia de restaurantes de comida rápida estadounidense con sede en Chicago, Illinois. Sus principales productos son las hamburguesas, las patatas fritas, los menús para el desayuno y los refrescos.



Objetivos publicitarios.

El mensaje principal del nuevo anuncio de McDonald's, bajo el lema «El sabor de siempre, ahora como nunca». La marca ha lanzado este spot para dar a conocer el cambio histórico que ha realizado a nivel global. Y es que ha implementado pequeños cambios en la manera de preparar y cocinar sus hamburguesas de siempre, con la finalidad de hacerlas más calientes, jugosas y sabrosas.

La acción forma parte de un plan puesto en marcha por la compañía, y es que, a partir de ahora en todos los restaurantes de la cadena en España, Big Mac, Cuarto de Libra, Cheeseburger y McRoyal Deluxe llegan a la mesa del consumidor recién hechas y con el sabor de siempre.



Anuncio.



Público dirigido.

La campaña responde directamente al resultado de una encuesta, que mostró que 9 de cada 10 consumidores declara que el sabor es el principal motivo a la hora de elegir una hamburguesa. Por eso han decidido potenciarlo, sin renunciar en ningún momento a la receta original.

McDonald's tiene completamente estudiado su mercado-meta, posee productos dirigidos a los niños de 7 a 14 años, productos para adultos, porque sabe que cada cliente es diferente, mientras que los niños buscan diversión y regalos,

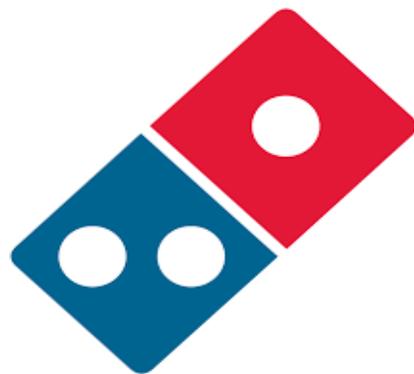
los adultos buscan comida nutritiva, de calidad, variada, etc. Y por ello, McDonald's elabora su menú en base a dichas características y necesidades.

McDonald's se dirige a una amplia población, de todo el público de McDonald's el 80% son familias y McDonald's se dirige a una población comprendida entre los 7 y los 65 años. Según la tendencia estadística gran parte de esta población suelen hacer vida fuera de sus hogares, con lo cual se convierten en consumidores potenciales.

McDonald's se dirige a varios públicos, familias y personas que por su estilo de vida no tiene tiempo suficiente para alimentarse en otro tipo de restaurantes, por ello, y debido al continuo ajetreo en sus vidas suelen acudir a locales de McDonald's.

Domino's Pizza.

Domino's Pizza es una empresa de comida rápida estadounidense de restaurantes, especializada en la elaboración de pizzas. Con sede en Ann Arbor, Míchigan. Fundada por Tom Monaghan y James Monaghan en 1960, quien había abierto su primera pizzería en Ypsilanti.



Objetivos publicitarios.

Domino's Pizza ha dado bandera de salida a la oferta especial de MegaWeek a través de su nueva campaña publicitaria. Con ayuda de una canción muy pegadiza, Domino's tira de humor para reflejar el "chollazo" que les depara a sus clientes: pizzas medianas a recoger en el local desde 4,99€.

En línea con la identidad de la marca, Domino's vuelve a utilizar un tono divertido para dirigirse a sus consumidores y presentarles la nueva oferta que podrán disfrutar a partir del 13 de septiembre, hasta el día 26. Al compás de "Es casi cinco, pero no...", Domino's utiliza con humor las técnicas de marketing que, aparentemente, son imperceptibles, como colocar el 99 decimal y en pequeño, y sirven para jugar con la psicología del precio. En uno de los spots, la marca deja palpable que su uso es puro marketing, sin tapujos, lo que demuestra la personalidad con la que Domino's quiere lanzar su oferta de MegaWeek.

Silvia Serrano, directora de Marketing de Domino's, asegura: "El consumidor está cansado de que las marcas no sean del todo honestas cuando se les presenta un producto novedoso o una oferta de lanzamiento", a lo que añade, "cuanto más transparente se muestre una marca, más confianza trasladaremos a los consumidores, y eso es precisamente lo que buscábamos con el MegaWeek. Ofrecemos una oferta muy económica sin esconder el factor marketiniano, al revés, lo reconocemos y hacemos humor con ello".

Público dirigido.

El público objetivo de Domino's Pizza se identifica por pertenecer predominantemente a un segmento de clase baja o media. De ahí los precios reducidos de sus productos y la gran cantidad de ofertas y promociones que ofrece la marca constantemente para atraer a este tipo de público.