Campaña publicitaria

Por: Carlos Andrés Ruiz Morales

Diseño grafico

5 th diseño grafico

Actividad de plataforma 1

Maestro: FRANCISCO DE JESUS MARTO GONZALEZ

Medios de comunicación

Los medios de comunicación tienen una influencia directa y significativa sobre las agencias de publicidad, ya que son el canal principal a través del cual estas ejecutan y distribuyen sus campañas. A medida que los medios evolucionan, también lo hacen las estrategias, herramientas y estructuras organizativas de las agencias.

- **Adaptación a Nuevos Medios:** Las agencias de publicidad deben adaptarse constantemente a los formatos y plataformas emergentes, como redes sociales, servicios de streaming, podcasts y realidad aumentada.
- **Creatividad Multiplataforma:** Los medios ofrecen una variedad de canales (televisión, radio, internet, etc.), y las agencias necesitan ser versátiles para crear campañas que funcionen en todos estos formatos, optimizando el mensaje según la plataforma.
- **Datos y Publicidad Programática:** Los medios digitales, como redes sociales y motores de búsqueda, han introducido herramientas avanzadas de segmentación. Esto obliga a las agencias a emplear especialistas en análisis de datos y programática para crear campañas hiperpersonalizadas.
- **Audiencias Definidas:** Las agencias deben entender cómo los diferentes medios segmentan a sus audiencias (por edad, género, ubicación, intereses, etc.) y usar estos datos para diseñar estrategias específicas.

- **Uso de Inteligencia Artificial (IA):** Los medios digitales han impulsado a las agencias a usar herramientas de IA para optimizar campañas, analizar datos y predecir tendencias de consumo.
- **Realidad Virtual y Aumentada:** Las plataformas modernas han incentivado a las agencias a incluir experiencias inmersivas en sus campañas para captar la atención del público de manera innovadora.
- **Participación del Público:** Los medios interactivos, como las redes sociales, han transformado a las agencias en gestores activos de las conversaciones entre las marcas y los consumidores.
- **Gestión de la Reputación Online:** Las agencias no solo crean campañas, sino que también monitorean y responden a las opiniones y críticas en línea.

Tendencias Impuestas por los Medios

- **Cultura del Contenido Efímero:** Las plataformas como Instagram Stories y Snapchat han influido en la creación de contenido de corta duración, lo que lleva a las agencias a diseñar campañas rápidas y memorables.
- **Consumo por Streaming:** La popularidad de servicios como Netflix y Spotify ha desplazado la publicidad tradicional y ha motivado a las agencias a buscar nuevas formas de integrar contenido patrocinado, como el *product placement*.

Bibliografía

https://rockcontent.com/es/blog/agencia-de-publicidad/

https://tildecomunicacion.com/todo-lo-que-debes-saber-sobre-una-agencia-de-publicidad/

https://global.tiffin.edu/blog/por-que-son-claves-los-medios-de-comunicacion-en-el-marketing#:~:text=Los%20medios%20de%20comunicaci%C3%B3n%20pueden,el%20mundo%20de%20la%20mercadotecnia.

Agencia de publiciadad

agenciad de publicidad

Dirección General

- Responsable de liderar la agencia, definir su visión, misión y estrategias globales.
- Toma decisiones clave sobre clientes, proyectos y recursos.

Departamento Creativo

- Director Creativo: Supervisa y lidera el equipo creativo; asegura la coherencia de las campañas con los objetivos del cliente.
- Redactores Publicitarios (Copywriters): Crean los textos, slogans y mensajes clave.
- Directores de Arte: Diseñan los aspectos visuales de las campañas, desde gráficos hasta audiovisuales.
- Diseñadores Gráficos: Realizan diseños visuales para anuncios en diferentes formatos (digital, impreso, etc.).

Departamento de Cuentas

- Actúa como enlace entre la agencia y el cliente.
- Ejecutivos de Cuentas: Manejan la comunicación diaria con los clientes, asegurándose de que sus necesidades y objetivos se cumplan.
- Directores de Cuentas: Supervisan las relaciones estratégicas con los clientes y el desempeño de los equipos.

Departamento de Estrategia y Planificación

- Define la estrategia general de las campañas basándose en datos y análisis.
- Planners (Planificadores Estratégicos): Investigan al público objetivo, las tendencias de mercado y los competidores para establecer estrategias efectivas.
- Analistas de Datos: Interpretan métricas para medir el rendimiento de las campañas y optimizar estrategias.

Departamento de Medios

- Planifica y gestiona la colocación de anuncios en medios como televisión, radio, internet, redes sociales y prensa.
- Planificadores de Medios: Determinan los canales más efectivos para llegar al público objetivo.
- Compradores de Medios: Negocian con medios para obtener espacios publicitarios a precios competitivos.

Departamento de Producción

- Se encarga de la ejecución técnica de las campañas.
- Productores Audiovisuales: Gestionan la creación de contenido multimedia, como comerciales de televisión o videos para redes sociales.
- Producción Digital: Diseña y ejecuta contenido interactivo como banners, sitios web o aplicaciones.

Departamento de Marketing Digital

- Maneja las estrategias online y en redes sociales.
- Community Managers: Gestionan las redes sociales de los clientes, interactuando con los usuarios y monitoreando su reputación online.
- Especialistas en SEO/SEM: Optimizan el posicionamiento web y campañas de pago por clic.
- Gestores de Contenidos: Crean y programan publicaciones relevantes para las audiencias digitales.

Departamento Financiero y Administrativo

- Contadores y Financieros: Manejan los presupuestos, gastos y costos de las campañas.
- Recursos Humanos: Seleccionan y gestionan el talento dentro de la agencia.

Relaciones Públicas y Comunicación

- Gestiona la imagen de la agencia y a veces también la del cliente.
- Establece alianzas estratégicas y maneja crisis comunicacionales.