



A QUIEN SE DIRIGE LA PUBLICIDAD

EL PÚBLICO OBJETIVO

La publicidad es una comunicación pagada que un anunciante utilizando los medios de comunicación dirige a unos receptores.

Una eficaz gestión publicitaria requiere decidir a quienes enviamos los mensajes.

Existe una amplia variedad de posibles grupos poblacionales a los que mandar nuestro mensaje. Desde una perspectiva genérica nuestra publicidad puede encaminarse a uno o más de los siguientes grupos:

- Los Consumidores Potenciales. Aquellos que no consumen nuestro producto pero pueden pasar a ser consumidores.
- Los propios Consumidores del producto. Una parte importante de la publicidad se dirige a los propios clientes de la empresa para que se mantengan fieles y repitan la compra o para que consuman mayor cantidad de producto. Por ejemplo una estrategia típica en la publicidad de los bancos consiste en enviar información comercial a sus propios clientes para que contraten un mayor número de servicios financieros. Así al que tiene una cuenta corriente pero no tiene contratado un crédito se le envía información para que contrate un crédito. Y al que tiene cuenta corriente y crédito se le envía una propuesta para que invierta en un fondo de inversión.
- Los Empleados de la propia empresa. La publicidad puede resultar efectiva para motivar a los propios trabajadores.
- Los Intermediarios. La publicidad puede tener como objetivo a las tiendas y los empleados de los establecimientos donde se vende el producto. Para muchas empresas resulta importante que los empleados de las tiendas aconsejen a sus clientes los productos de la empresa. Para ciertos productos el consumidor se ve influenciado en su compra por los empleados de las tiendas. Incrementaremos las ventas cuando conseguimos que los vendedores de los establecimientos sean favorables a mi producto y cuenten con argumentaciones de venta.
- Los Prescriptores. Los Prescriptores no consumen ni pagan mi producto pero pueden ser muy importantes. Por ejemplo, los médicos que recetan diferentes marcas de medicinas suelen ser fundamentales para el éxito de las empresas farmacéuticas.