

Publicidad y Logotipos en la empresa

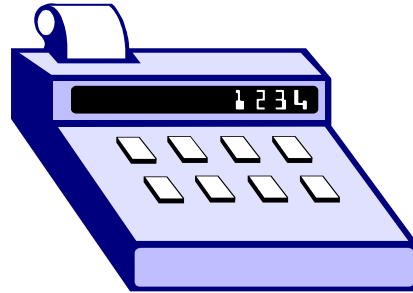
Breve referencia.

Índice

- 1-Objetivos:el abc de un negocio
- 2-Publicidad
- 3-Logotipos
- 4-Recursos
- 5-Acerca de...

1-Objetivos:el abc de un negocio

- Aunque parezca obvio: un negocio es una maquinaria de generar dinero.
- Objetivo principal: maximizar ganancias, minimizar pérdidas.



“Las empresas no son ONG’S”

1-Objetivos:el abc de un negocio

- Pero, ¿donde encaja la publicidad?
- RAE: “*Conjunto de medios que se emplean para divulgar o extender la noticia de las cosas o de los hechos*”
- En el marco de la empresa, los hechos son las actividades de desarrollo.
- Otra obviedad, ¿de que sirve hacer algo, si nadie lo conoce?
- Hoy en día las empresas dedican departamentos completos a este fin.
- Las que no lo hacen contratan los servicios de una agencia.

1-Objetivos:el abc de un negocio

- Antes de invertir en publicidad....
- Preguntarse lo siguiente:
 - ¿A quién queremos llegar?. En otras palabras, ¿a que público está destinado nuestro producto?
 - ¿Que soporte debemos utilizar? (Televisión, radio,internet, en papel ...)
 - ¿Es el momento adecuado para publicitar?
 - ¿Cual es el nivel de conocimiento de nuestro producto?
 - ¿Que hacen nuestros competidores directos?
- La respuesta a estas preguntas (y otras muchas más...) nos dará un esbozo de cuanto debemos invertir en publicidad y en que soporte

2-Publicidad

- Tipos de publicidad: son muchos y variados.
- Dependen de cada autor consultado.
- A nivel básico podremos clasificar la publicidad en el tipo de soporte en el que se basa:
 - Visual
 - Auditivo
 - Táctil
 - Combinación de los anteriores
- La publicidad puede contener elementos psicológicos y emocionales.

2-Publicidad

- **Auditivo:**
 - Uno de los más usados.
 - La relación costo del anuncio/efectividad es bastante buena.
 - En la Edad Media, los pregoneros publicitaban eventos a viva voz.
 - Se popularizó a nivel masivo con los inicios de la radiodifusión, allá por el 1900.

2-Publicidad

- Visual
 - El soporte más utilizado.
 - Ya lo dice el refrán: *“más vale una imagen que mil palabras”*
 - Puede ser estático o en movimiento.
 - Probablemente, el tipo de publicidad más antiguo.
 - Los arqueólogos han encontrado numerosas muestras de esta técnica, en especial en la antigua Roma.

2-Publicidad

- Visual
 - En prensa y revistas: anuncio, solapa, troquelado, corpóreo, muestras, anuncio por palabras, comunicado...
 - Televisión:spot, publisreportaje, patrocinio televisivo, sobreimpresión...
 - Cine: publicidad de estrenos.
 - Exterior: vallas, marquesinas, medios de transporte, mobiliario urbano, cabinas...
 - Internet:banner, e-mail, web site, ciberspot, ventana emergente, redes sociales...

2-Publicidad

- Visual
 - Lo que NO se debe hacer:



2-Publicidad

- Visual
 - Lo más importante: mensaje claro, conciso y que despierte el interés del “objetivo”.
 - ¿Cual vende mejor?:



3-Logotipos

- RAE: *“Distintivo formado por letras, abreviaturas, etc, peculiar de una empresa, conmemoración, marca o producto.”*
- Es la representación visual de su empresa.
- Su valor comercial y el impacto en la venta del producto es difícil de cuantificar.
- Pero está demostrado que para una empresa media-grande es imprescindible.

3-Logotipos

- ¿Que recordamos mejor?



NEXUS
Tu compañía de telefonía

NEXUS

Tu compañía de telefonía

3-Logotipos

- El mejor ejemplo:

The image displays the iconic Coca-Cola logo, rendered in its signature red script font. The text is written in a fluid, cursive style with characteristic flourishes, particularly at the beginning and end of the words. The logo is centered on a white background within a rounded rectangular frame.

3-Logotipos

- Curiosidades del último logo:
 - Fue creado por John Pemberton y su socio Frank Mason Robinson en 1885.
 - El estilo de letra y los colores fueron diseñados lo más simples posibles pero también para que fuese distintivo a cualquier producto de la época (no sólo bebidas).
 - Simbolizó y simboliza “la juventud y frescor de América”.
 - Está considerado el mejor diseño publicitario en la historia.

3-Logotipos

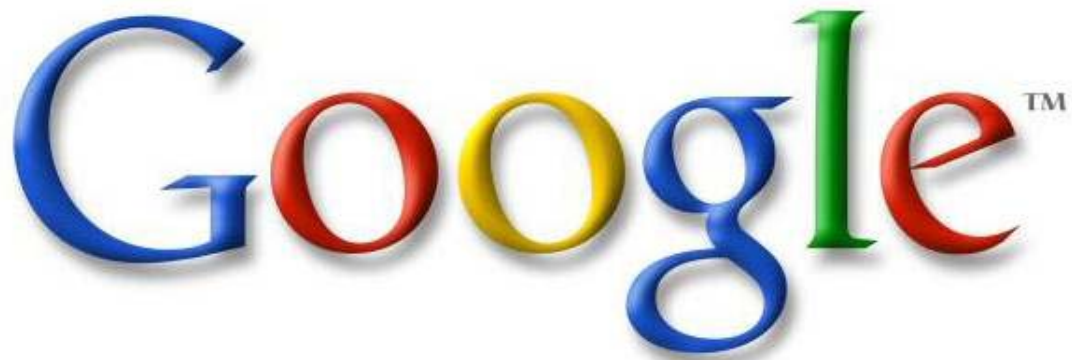
- Pero...
 - ¿Coca Cola no es sólo una bebida?
 - ¿Juventud y frescor de América? ¿Acaso es un producto de importancia vital en la historia?
 - ¿Qué convierte un producto en el símbolo de una nación?
 - *“A veces, la diferencia entre un producto bueno y uno muy bueno es que el último es conocido.”*

3-Logotipos

- Entonces...
 - ¿Publicidad implica necesariamente calidad? No, nunca !!
 - Pero en el mundo empresarial no basta con tener un producto de calidad, también hay que venderlo.
 - Y es ahí donde entra la publicidad y los logotipos.

3-Logotipos

- Otro “buen” ejemplo:



3-Logotipos

- La importancia de los logotipos: ¿ya se ha convencido?
- Moraleja: *“para ser bueno no sólo hay que serlo sino también parecerlo.”*
- *“Ninguna prueba, ninguna rectificación ni desmentido puede anular el efecto de una publicidad bien hecha.”* Hermann Keyserling
- *“Nunca pares de probar, y tu publicidad nunca parará de mejorar.”* David Ogilvy para Mejorar tus Ventas

4-Recursos

- Algunos sitios para ampliar información...
 - <http://publicidad.idoneos.com/index.php/336236>
 - <http://www.lahistoriadelapublicidad.com/blog.php>
 - <http://www.logoorange.com/logodesign-A.php> (inglés)
- Recursos:
 - <http://www.logomaker.com/> (programa de diseño de logotipos)
 - <http://www.brandsoftheworld.com/> (miles de logos)
 - <http://logosea.com> (miles de logos e imágenes personalizables)

5-Acerca de...

Licencia de este documento:

Usted es libre de verlo y distribuirlo siempre y cuando se cite como autor del mismo o como origen a “logosea.com”.

Cualquier modificación del presente documento deberá ser notificada previamente a la siguiente dirección: [logosea.com \[arroba\]gmail.com](mailto:logosea.com)

Si observa cualquier incorrección o sugerencia, por favor , háganoslo saber a traves de la dirección arriba indicada.

Por último: Gracias por su lectura !