

Anuncios Publicitarios y Especiales

Objetivos

En esta lección aprenderás a:

- ✓ identificar los seis tipos más comunes de anuncios publicitarios
- ✓ calcular los ahorros al comprar bienes o servicios en oferta especial

Anuncios

Los anuncios pueden proporcionar información valiosa acerca de un producto o servicio. Por ejemplo, leer los anuncios en el periódico es una manera de encontrar el mejor precio de un artículo sin tener que ir a varias tiendas.

Los compradores más listos pueden darse cuenta de la diferencia entre hechos y opiniones al ver un anuncio. Los hechos se pueden probar, mientras que las opiniones no. Cuando lees, escuchas, o ves un anuncio, fíjate en las características y en el precio del artículo. Pregúntate a ti mismo si realmente lo necesitas o si el anuncio está solo apelando a tus emociones. ¿Es el precio adecuado al valor de lo que tu obtendrás al usar ese producto? Busca cualquier afirmación engañosa acerca de un producto, sus características, o su precio.

La mayoría de la gente cree todo lo que ve anunciado. No en balde los grandes negocios gastan billones de dólares cada año diseñando y produciendo sus anuncios. El comprador listo ve más allá de lo atractivo de un anuncio y se fija más en lo que dice acerca del producto o servicio.

En esta lección, nos enfocaremos en las seis técnicas de publicidad más comunes. Busca identificar cada una de estas técnicas en los anuncios cuando veas televisión, escuches la radio, leas revistas o periódicos, o navegues en Internet. Algunos anuncios utilizan dos o más de estas técnicas al mismo tiempo.

Llamado a tus emociones: Este tipo de anuncios trata de revolver emociones fuertes en ti y conectarlas con el producto o servicio. Algunos ejemplos incluyen: la felicidad, seguridad, confianza, amistad, etc.

Estatus: Esta técnica muestra personas que son ricas, famosas, exitosas, o inteligentes utilizando el producto o servicio. El publicista quiere hacerte pensar que si compras el producto o servicio serás como ellos.

Respaldo de Celebridades: Esta técnica es similar a la técnica del status. El anuncio presenta una celebridad o atleta famoso utilizando el producto o servicio.

Humor o Entretenimiento: El propósito de estos anuncios es entretenerte. El publicista quiere mantener tu atención. Algunas veces utilizan música o slogans pegajosos. Ellos quieren que recuerdes el anuncio la próxima vez que estés buscando comprar el producto o servicio.

Atractivo Físico: Algunos publicistas utilizan personas que son física o sexualmente atractivas para llamar tu atención. El problema con estos anuncios es que pueden hacerte sentir mal por la forma en que luces actualmente, sin el producto o servicio.

Información: Esta técnica simplemente presenta hechos e información directa acerca del producto o servicio.



Lee el resumen de cada anuncio. ¿Qué técnica de publicidad utiliza?

1. Un comercial de televisión sobre un cereal en el desayuno, presenta personajes de caricatura y un jingle pegajoso.

2. Un anuncio para un restaurant de buffet, muestra una familia feliz sentada alrededor de una mesa, hablando y riendo.

3. Un anuncio de periódico enlista los lugares, las fechas, y horarios de las funciones.

4. Un comercial de autos muestra una famosa estrella de cine conduciendo el auto en Hollywood. Presenta a la estrella de cine frente al auto, hablando sobre el mismo.

5. Un anuncio de revista sobre una colonia muestra un hombre musculoso sin camisa.

Especiales

En ocasiones los negocios ofrecen precios especiales en bienes o servicios por un tiempo limitado. Una razón por la que ofrecen estos especiales es para atraer a los consumidores. Esperan que estos consumidores compren otros artículos que no están en oferta. Fíjate en los especiales que aparecen en los anuncios y en los que se ofrecen en las tiendas.

Existe una ciencia para vender que se ha desarrollado a través de los años. Las tiendas exitosas han ideado formas de atraer a los consumidores para que compren y compren más de lo que pensaban comprar. Un almacén que anuncia compre uno y llévase otro a mitad de precio está ofreciendo realmente un descuento del 25 % en cada artículo. Pero la cifra del 50 % de descuento suena más grande de lo que realmente es.

Las tiendas son especialmente dadas a convencer a los consumidores a comprar más de lo que realmente pensaban comprar. Por ejemplo, sus métodos los aplican desde antes de que llegues a la tienda. Muchos ofrecen varios productos a un precio extremadamente bajo y de esta manera los consumidores escogerán ir a esa tienda en lugar de ir a la tienda del competidor. Estos se conocen como **Líderes en Pérdidas**. En realidad pueden estar perdiendo dinero en estos pocos productos, pero esperan que los consumidores atraídos por ese especial al estar en la tienda, compren otros productos que no están en oferta y de esta manera tener una ganancia.

Otras ofrecen recibir los cupones del fabricante al doble de su valor (hasta cierta cantidad). Ésta es otra manera que utilizan las tiendas para que compres a ellos y no a sus competidores.

Ya en la tienda, la disposición de sus anaqueles te obliga a recorrer muchos pasillos. Ellos saben que los artículos al final de los pasillos venden bien. Probablemente compres más los productos que quedan a la altura de tus ojos que los que están muy abajo o muy arriba. La leche y el pan generalmente están hasta el “fondo” de la tienda, ya que son artículos que necesitas y al buscarlos recorres los pasillos y muchos anaqueles para llegar a ellos.

Las tiendas que hornean su propio pan probablemente colocarán la repostería a la entrada de la tienda, ya que bien saben que el olor del pan recién horneado es un poderoso incentivo para comprarlo (algunos incluso colocarán ventiladores para llevar este aroma hasta la entrada).

Existen formas en las que el comprador experto evade la estrategia de las tiendas. Una manera es comprar justo después de comer. Si al comprar no tienes hambre es más probable que estés menos tentado por los olores y las imágenes que tratan de convencerte de comprar. Otra forma es ir de compras no tan frecuentemente. Mientras menos veces vayas de compras a la tienda, menos veces te verás tentado a comprar.

Una de las mejores formas es comprar una vez a la semana. Planifica tus comidas utilizando los pasquines que normalmente se publican una vez a la semana, para aprovechar las ofertas. Haz una lista de cosas que necesitas para utilizarlas en las comidas que ya planificaste, y compra solo lo que está en ella. Apegarte a tu lista es crítico para combatir la estrategia de la tienda que trata de llevarte a comprar.

Las grandes tiendas son muy buenas para aumentar tus oportunidades de comprar. Una de las nuevas tendencias es implementar comidas ligeras o productos deli para los consumidores y facilitarles un sitio para sentarse dentro de la tienda y disfrutar sus compras. Las tiendas saben que mientras más retengan al consumidor dentro de la tienda, es más probable que compren.

Ejemplo 1

Fíjate en la comida especial de hoy. El precio normal de una hamburguesa con queso de ¼ lb es de \$ 5.38 y por las papas fritas son \$ 2.09. ¿Cuánto dinero ahorrará el consumidor comprando el especial?

<p style="text-align: center;">COMIDA ESPECIAL DE HOY</p> <p style="text-align: center;">hamburguesa con queso ¼ lb con papas a la francesa \$ 5.79</p>
--

Solución

Determina el precio normal para una hamburguesa con queso y papas fritas.

$$\begin{array}{r} \$ 5.38 \\ + 2.09 \\ \hline \$ 7.47 \end{array}$$

Resta el precio especial del precio normal.

$$\begin{array}{r} \$ 7.47 \\ - 5.79 \\ \hline \$ 1.68 \end{array}$$

El consumidor ahorrará \$ 1.68.



¿Cuánto ahorrará el consumidor escogiendo el especial?

6. Precio normal: \$ 31.99 por el par.
El consumidor compra 3 pares.

**PRECIO DE OFERTA
SOLO HOY**

Capris estilo California
\$ 24.49

7. Precio normal: \$ 11.99 por el especial del Capitán
\$ 3.49 por cualquier ensalada

COMIDA ESPECIAL

El especial del Capitán con carta
de ensaladas
\$ 14.99

8. Precio normal: \$ 18.00 corte de pelo
\$ 31.00 por aplicación de rayitos

PRECIO ESPECIAL

Corte de pelo y rayitos
\$ 42.75

9. Precio normal: \$ 12.95 por playeras estampadas
El cliente se lleva dos playeras.

OFERTA ESPECIAL

Playeras estampadas
\$ 9.50



Ejercicios

Instrucciones: Usa un hoja de papel o cualquier espacio disponible en las páginas para encontrar las respuestas a estas preguntas. Mejor aún, a ver si puedes hacerlas en tu cabeza – hacer esto te ayudará cuando vayas de compras.

Set A

Lee el resumen de cada anuncio. ¿Qué técnica utiliza?

1. Un comercial de televisión de tarjetas de felicitación muestra un muchacho dando a su abuela una tarjeta de cumpleaños. Ella sonríe, enjuga una lágrima de felicidad, y lo abraza.
2. Un anuncio de revista de pastillas de dieta muestra una chica atractiva en traje de baño en la playa.
3. Un comercial de televisión de una joyería muestra un hombre rico con ropa de diseñador comprando un reloj de diamantes.
4. Un anuncio en la radio de una bebida gaseosa tiene un slogan gracioso y una canción.

Set B

¿Cuánto ahorrará el consumidor comprando el especial?

1. Precio normal: \$ 3.99 por hamburguesa grande
\$ 2.19 por tazón de sopa.

ESPECIAL DE HOY
Hamburguesa grande y tazón de
sopa
\$ 5.50

2. Precio normal: \$ 3.95 por par
El cliente compra dos pares de guantes .

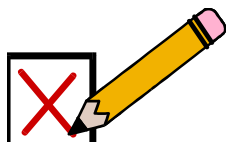
PRECIO DE BARATA
2 pares de guantes por
\$ 6.50

3. Precio normal: \$ 8.95 cada uno
El cliente compra 3 libros.

OFERTA ESPECIAL
Barata de libros
\$ 7.49 cada uno

4. Precio normal: \$ 1.89 cada uno
El cliente compra 3 latas de sopa.

PRECIO ESPECIAL
Sopas saludables
\$ 1.05 cada una



Repaso

1. Localiza y resalta las palabras del vocabulario y sus significados en esta lección.
2. Escribe algo nuevo que hayas aprendido en esta lección o una pregunta que desearías hacer a tu instructor.

Respuestas a Inténtalo

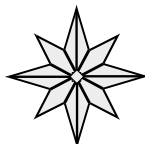
- | | |
|----------------------------|-------------|
| 1. Humor o entretenimiento | 6. \$ 22.50 |
| 2. Llamado emocional | 7. \$ 0.49 |
| 3. Informativo | 8. \$ 6.25 |
| 4. Apoyo de celebridad | 9. \$ 6.90 |
| 5. Atractivo físico | |



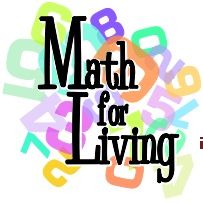
Respuestas a los Ejercicios



Set A	Set B
1. Llamado emocional	1. \$0.68
2. Atractivo físico	2. \$1.40
3. Estatus	3. \$4.38
4. Humor o entretenimiento	4. \$2.52



Fin de la Lección



Circule la respuesta correcta.

1. ¿Los anuncios publicitarios proporcionan información valiosa acerca de un producto o servicio?

Sí

No

2. ¿Cuál de las afirmaciones siguientes le ayudará a ahorrar dinero en la tienda?

- a. coma antes de ir a la tienda
- b. vaya de compras solo una vez a la semana
- c. haga una lista y apéguese a ella
- d. todos los anteriores

3. Los anunciantes utilizan hechos y opiniones para vender cosas. ¿Cuál de los dos puede probarse que sea verdad?

Hecho

Opinión

4. Cuando un anunciante remueve las emociones de la amistad, está tratando de vender su producto utilizando un *atractivo emotivo*.

Verdadero

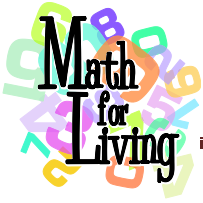
Falso

5. ¿Las tiendas usualmente colocan la leche y el pan hasta el fondo de la tienda?

Sí

No

Total de Aciertos: _____



Circule la respuesta correcta.

1. ¿Los anuncios publicitarios proporcionan información valiosa acerca de un producto o servicio?

Sí

No

2. ¿Cuál de las afirmaciones siguientes le ayudará a ahorrar dinero en la tienda?

- a. coma antes de ir a la tienda
- b. vaya de compras solo una vez a la semana
- c. haga una lista y apéguese a ella
- d. todos los anteriores

3. Los anunciantes utilizan hechos y opiniones para vender cosas. ¿Cuál de los dos puede probarse que sea verdad?

Hecho

Opinión

4. Cuando un anunciante remueve las emociones de la amistad, está tratando de vender su producto utilizando un *atractivo emotivo*.

Verdadero

Falso

5. ¿Las tiendas usualmente colocan la leche y el pan hasta el fondo de la tienda?

Sí

No

Total de Aciertos: _____

¿Qué otras formas de ahorrar dinero en la tienda existen? (no calificar)
