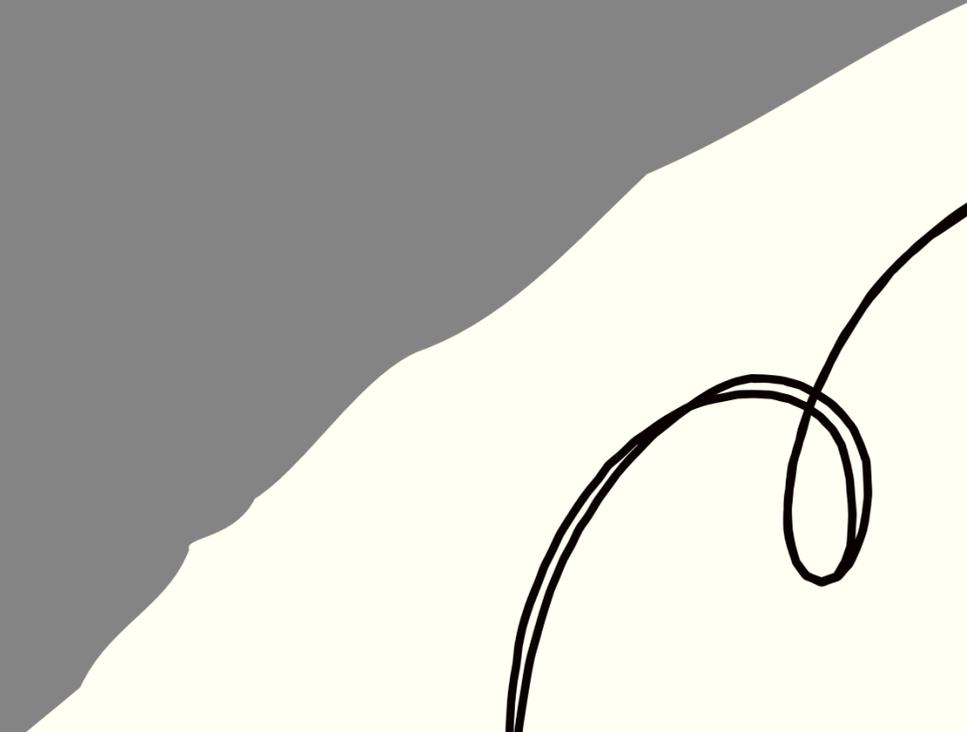


Presentación

Via Pública

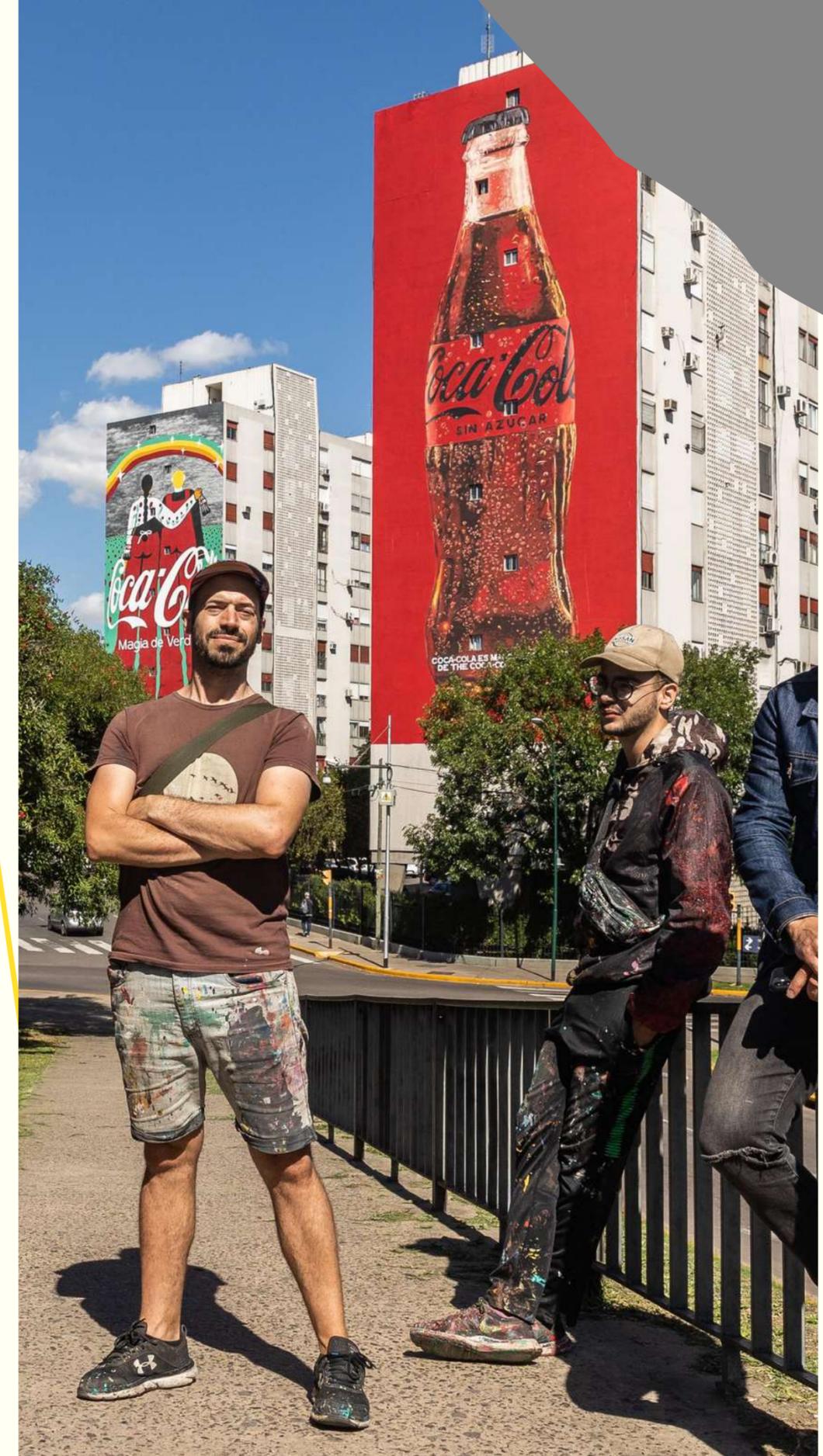


Introducción

La publicidad en la vía pública o de exteriores es un medio visual con la intención de reforzar el nombre de una marca. Tiene un alto impacto y llega a un público móvil con una frecuencia muy alta, a menudo en un esquema de 24 hrs.

La publicidad exterior es la forma de publicidad y de comunicación de masas más antigua. Los inicios del cartel exterior se pueden rastrear hasta el perfeccionamiento del proceso litográfico hace más de 200 años, donde los carteles comenzaron a ser empleados para la propaganda política y la publicidad.

En la era moderna la publicidad exterior se originó en la década del 30 cuando el automóvil se convirtió en el medio de transporte más utilizado y nuevas técnicas de impresión se estaban desarrollando.





Ventajas

1. Los exteriores pueden llegar a la mayoría de la población de un mercado, con alta frecuencia y a un costo muy bajo por exposición.
2. Es un medio excelente de apoyo a otros medios durante la introducción de un nuevo producto o para lograr que se produzca en el público el reconocimiento de una marca.
3. Con el empleo del color y la luz eléctrica, la comunicación exterior constituye un medio que no puede ser ignorado.
4. Alcance del público local, con un criterio de segmentación geográfico.
5. Impacto creativo, por sus grandes dimensiones y por la utilización de formas y colores.



Desventajas

1. La publicidad exterior pocas veces es capaz de comunicar mensajes de ventas detallados. **Los textos suelen estar limitados entre 7 y 10 palabras.**
2. La **efectividad** de la publicidad exterior es **muy difícil de determinar.**
3. La alta proporción de anuncios de alcohol y tabaco en la publicidad exterior ha hecho que el medio quede envuelto en la controversia en diversas comunidades. Su imagen negativa puede influir al publicista para que haga uso del medio.
4. **Bajos niveles de atención**, se dice que este tipo de publicidad es vista en menos de 10 segundos por el público promedio.
5. **Escasa selectividad del mercado meta**, este medio ofrece muy poca selectividad entre distintos grupos demográficos
6. Problemas de disponibilidad, **los lugares de exposición son limitados.**
7. **Es resistida por ser uno de los factores de contaminación visual**, especialmente por los anuncios que contienen como de alcohol y tabaco.
8. La publicidad de vía pública es tomada por los anunciantes como un **medio secundario**, por ello cuando se reducen los presupuestos, es lo primero que se elimina.

1. **Disponibilidad:** se refiere a la disponibilidad de lugares de ubicación de la publicidad.
2. **Cobertura de mercado:** se refiere a la segmentación según su ubicación.
3. **Rentabilidad y refuerzo del programa:** posee el más bajo costo y complementa otras formas de publicidad.

4. **Niveles de alcance y frecuencia:** el alcance de la publicidad exterior crece con rapidez y conserva altos niveles de frecuencia.

5. **Arreglos de producción:** existen empresas de publicidad exterior que poseen una determinada área geográfica, según lo adquirido a propietarios de edificios, muros, etc. y según las normas municipales vigentes que regulan la actividad.

Plan de publicidad exterior

PAU TADO

**SE ESTABLECEN GENERALMENTE PERÍODOS
QUINCENALES PARA MAS EFICIENCIA,
MIENTRAS TENGA MAYOR FRECUENCIA,
MAYOR PRESENCIA DE MARCA.**

\$150.000 APROX. POR QUINCENA

Tableros de carteles



SON LOS QUE ESTÁN EN LAS RUTAS O EN LOS EDIFICIOS

Cartel de ocho hojas



PEQUEÑOS CARTELES UBICADOS A BAJA ALTURA Y CERCA DE LA CALLE, GENERAN ALTO IMPACTO Y BUENA VISIBILIDAD

Afiches



355

Nutrición esencial que te conviene

\$ 3,50*
por vaso

30% MAS PACK AHORRO

YOGURISIMO Nutrientes Esenciales

VITAMINAS A, B12 Y D + BIOTINA + PROBIOTICOS

FRUTILLA

*YOGUR ENDULZADO PARCIALMENTE DESCREMADO SABOR A FRUTILLA FORTIFICADO CON VITAMINAS A, B12 Y D LIBRE DE GLUTEN. PRECIO SUGERIDO VALIDO PARA LA REP. ARGENTINA DESDE EL 10/05/16 AL 14/06/16 EN CADENAS DE SUPERMERCADOS E HIPERMERCADOS. YOGURISIMO SACHET X 1,3 KG. 801 PA A PAZUN RE. \$3.50 POR VASO DE 200 ML.

This advertisement for Yogurísimo features a blue and white checkered background. At the top, the headline reads 'Nutrición esencial que te conviene'. In the center, a yellow price tag displays '\$ 3,50*' and 'por vaso'. To the right, a sachet of 'Yogurísimo Nutrientes Esenciales' is shown next to a glass of pink yogurt. The sachet has a red banner that says '30% MAS PACK AHORRO' and lists 'VITAMINAS A, B12 Y D + BIOTINA + PROBIOTICOS'. The flavor 'FRUTILLA' is also visible. At the bottom, there is a line of small text providing product details and validity dates.

OCUPAN ESPACIOS PÚBLICOS COMO MUROS O MARQUESINAS

Espectaculares



CARTELES QUE UTILIZAN TÉCNICAS INGENIOSAS, SU COSTO ES MUY ELEVADO.

Publicidad de tránsito



SON AQUELLAS QUE SE UBICAN DENTRO Y FUERA DEL TRANSPORTE PÚBLICO

Rentabilidad de la publicidad exterior

- Uno de los factores que más determinan el valor de un anuncio es la localización que tiene, es decir, la ciudad o región en que se encuentra y la calle o avenida donde se ubica. Una de las demandas más habituales es conseguir colocar el anuncio en las vías más concurridas, generalmente, en los centros históricos o comerciales de las ciudades donde más gente esté expuesta al impacto de su mensaje. Existen ubicaciones míticas donde se congregan gran número de anuncios de grandes dimensiones
- En la actualidad, el diseño de campañas publicitarias se favorece de las ventajas tecnológicas que facilitan información estadística de tráfico y población, de manera que pueden localizar mejor sus anuncios para lograr un mayor impacto en el segmento al que desean comunicar sus mensajes.

Primero

Otras acciones publicitarias van dirigidas a segmentos de la población

Segundo

La posibilidad que ofrece la publicidad exterior móvil, en vehículos promocionales, de estar en sitios que al no ser estáticos recortan mucho presupuesto en el lanzamiento de una campaña.

Diseño

El texto en la publicidad exterior se limita por lo general a un encabezado o lema o marca. Debido a que es un medio visual, el diseño es de fundamental importancia para crear impacto. El mensaje que se quiera dar tiene que ser leído en pocos segundos. Las reglas del medio exigen brevedad, simplicidad y claridad. En pocas palabras necesita colores nítidos y fondos sencillos que generen una mejor identificación del producto.



¿Cómo debe ser el diseño?

- La **tipografía** que se emplee en el anuncio exterior **debe ser legible a distancia** y en un período de tiempo mínimo.
- El uso de **mayúsculas debe reducirse** al mínimo.
- Se debe tener cuidado con el **esparcimiento entre letras y palabras**.
- Cualquiera que sea la tipografía elegida, debe **evitar el uso de tipos muy gruesos o ultrafinos**.
- La **tipografía sencilla es la más conveniente** para este tipo de publicidad.



Elección del lugar

La elección de dónde se va a comunicar tiene que ver con el objetivo de la campaña, ya que si es una campaña de presencia de marca, contiene poca información y es de mayor tránsito sin segmentar demasiado el mercado. En cambio si se encuentra con la necesidad de un objetivo mas específico, seleccionaremos lugares mas urbanos y de zonas mas calientes, comunicaciones mas próximas al individuo para poder aumentar la información.



Gracias

Ferreynra | Rolón