



Materia: Planificación y Medios - Profesora: Jorgelina Leschenne - Alumnas: Carrere; Nanzer; Villalba

LA PUBLICIDAD EN EL CINE

Alcance, formatos y ventajas del medio



La publicidad en cine aprovecha la experiencia única de la sala para transmitir mensajes a un público cautivo. Se proyecta antes de las películas y logra altos niveles de atención, recuerdo e impacto, convirtiéndose en un medio ideal para campañas memorables y segmentadas.

Se mide en “cine semana”

El anuncio se proyecta en todas las funciones diarias

Busca llegar al total de asistentes en la sala



CARACTERÍSTICAS



Unidad comercializada: segundos

Cobertura: 90,2% de atención activa



Alta penetración del mensaje por la atención voluntaria del público

Versátil: admite productos restringidos en otros medios



SELECTIVIDAD



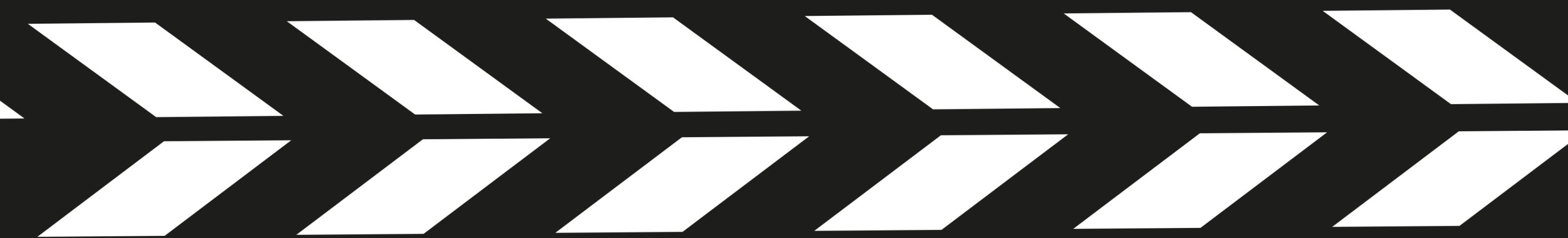
AUDIENCIA

Es la más baja en número comparada con otros medios.

Sin embargo, tiene un impacto mayor en atención y recuerdo.

Público comprometido: paga tiempo y dinero para la experiencia





FORMATOS PUBLICITARIOS

Spot / Trailer

Product placement

Filmet

Spot interactivo / Ambient

Atención cautiva.

Segmentación precisa (según película).

Entorno libre de distracciones.

Alta tasa de recuerdo.

Llega a audiencias diversas.

VENTAJAS



CONCLUSIÓN

La publicidad en cine combina bajo alcance en cantidad con alto impacto en calidad.

Herramienta poderosa para mensajes memorables y segmentados.

Complementa otros medios masivos.

