



Teléfono: 01 (33) 36 38 76 85

CONSEJOS PUBLICITARIOS PARA LOS PEQUEÑOS NEGOCIOS

La publicidad es la forma y el medio por el cual una empresa se da a conocer en el mercado. Hoy en día se utilizan un sin fin de formas para publicitarse, y si bien es sabido que cualquier tipo de publicidad puede darnos resultados, también es verdad que hay algunas que funcionan mejor.

A la hora de escribir su anuncio piense, no en lo que quiere decir, **sino en el resultado que quiere conseguir.**

Lo primero es pensar todo lo que su producto hace por la gente, escoja entonces una y especifique; en lugar de "Usted Puede Ser Bella" escriba: "7 Maneras de lograr que él le pida una cita". Se busca apelar lo que se conoce como las 4 R's: Reencarnación (Inmortalidad), Reconocimiento, Romance y Recompensa. Éstas 4 emociones básicas llamarán la atención de sus clientes.

Es conveniente que usted se haga las siguientes preguntas.

- ¿Qué problema resuelve su producto o servicio?
- ¿Qué hace mejor que los demás?
- ¿Por qué es diferente?
- ¿Por qué deben de comprarlo?
- ¿Es mas barato, o mas rápido?
- ¿Es de mejor calidad?
- ¿Que personas lo utilizaran, cuando lo harán, para que y por que lo adquirirán?

Piense en todas las razones por las que usted mismo lo compraría, y las objeciones que usted mismo realizaría, lea revistas y artículos y observe cual de los mensajes le llama más la atención.

En cualquier momento le vendrá la inspiración. Esta fase es llamada de iluminación; escriba entonces todo lo que le venga a la mente. Cuando acabe, revise sus notas y vea si hay algo que desea cambiar, deben contener las mismas palabras que utiliza cuando usted habla, trate de comunicar una idea, no de sorprender a sus prospectos con su lenguaje.

El siguiente paso es uno de los más duros: haga que otros lean su escrito. No para ver su opinión, si es el primero que redacta no contará con la experiencia necesaria para distinguir un buen comentario de otro, si no para observar que de verdad comprenden su mensaje, si les es difícil entender una oración (observe sus ojos), pero no cambie nada de él por uno más refinado que le presenten ellos.

Lo importante es que capten lo que su producto o servicio hará por ellos, su costo, sus ventajas y desventajas, estas últimas son importantes por que le dan a usted más credibilidad.

Recuerde el anuncio no debe parecer anuncio. Debe parecer que está escrito para esa persona a la que quiere llegar. Debe de sentir su cliente que le está hablando a él.

El anuncio debe ser tan grande y largo como se necesite, no se busca un tamaño promedio si no el mejor y más completo anuncio para su empresa.

Podemos encontrar publicaciones de diferentes empresas en la radio, en la televisión, en el periódico, revistas, volantes, espectaculares, etc ... ¡hasta en el cine!

Después se busca encontrar la mejor empresa, no solo la más barata monetariamente, si no la que le produce menor costo por millar y mas credibilidad para su producto, por ejemplo un anuncio en una revista es menor que uno en TV, pero su costo por millar es mayor (el costo por millar se calcula dividiendo el costo total entre el numero de personas que impacta). De igual forma que llegue a su mercado meta, no verá nunca por ejemplo en un programa o revista de cocina un anuncio de autos o en un programa de niños un anuncio de centros nocturnos.

Aquí algunos consejos para la redacción de su publicidad en cada medio:

Cartas.

1. Recuerde que a la gente le gusta recibir cartas no anuncios.
2. No haga saludos estilizados si no lo más personalizados posibles.
3. Escriba oraciones cortas y sencillas no más de 10 o 12 palabras y con párrafos breves.
4. Destaque los párrafos breves.
5. Firme sus cartas a mano o que lo parezca.
6. Utilice 2 colores.
7. No envíe en verano, las personas desechan la publicidad cuando regresan de vacaciones.

Radio.

1. Diríjalo a una persona.
2. No emplee música, distrae del mensaje.
3. De preferencia maneje números redondos.
4. Trate de usar una información sencilla.
5. Trate de hacerlo usted mismo, mientras menos suene como locutor es mejor.

Televisión.

1. Lea los consejos anteriores.
2. No utilice efectos especiales, distraen.
3. Mantenga la sencillez.

Revista o Periódico.

Trate de que el formato sea parecido al de la publicación en cuestión, o que sea un anuncio grande ¿Cuántos de Nosotros leemos los anuncios pequeños?

LO QUE NO DEBE HACER ES:

1. Hacer que su anuncio parezca un anuncio.
2. No use impresos de reverso (letras blancas sobre un fondo negro).
3. No utilice ilustraciones, a menos que muestren el producto en forma llamativa.

Reciba nuestros mejores deseos para Usted y su empresa.



La única empresa en capacitación que **GARANTIZA POR ESCRITO la efectividad de sus cursos.**

**Llámenos HOY mismo y mejore su negocio. Gracias.
Teléfono 01 (33) 36 38 76 85.**