

BASES DEL DISEÑO PUBLICITARIO



SACKTOON
ESCUELA DE ANIMACIÓN

¿QUÉ ES...? DISEÑO PUBLICITARIO

El diseño donde convergen la publicidad y el diseño - uso de la máxima creatividad para conseguir que, a través de elementos visuales y gráficos, un producto o servicio conecte con una audiencia. Busca llegar al target de la manera más efectiva y atractiva, generar mensajes que impacten.

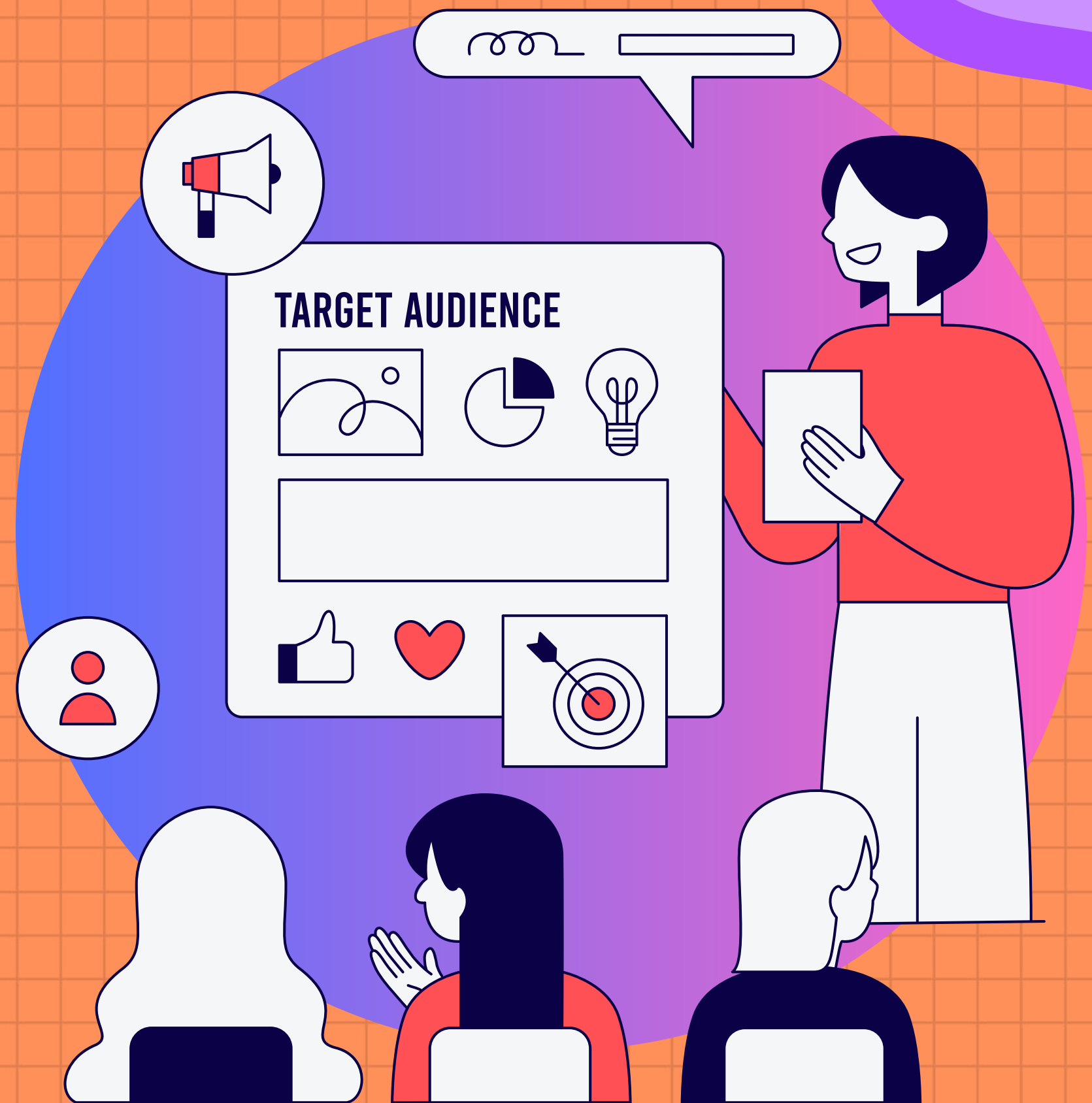
- Va de la mano con el **Marketing**.
- **Define como el diseño se usará en función de:** los requisitos del cliente, características, funciones, apariencia y naturaleza del producto y del público al que se va a dirigir.



¿QUÉ ES EL TARGET?

El **target, público meta o público objetivo** es el conjunto de personas para el que **se orienta la venta de un producto o servicio.**

Las empresas utilizan el target para **conocer a fondo a sus clientes potenciales** y **elaborar estrategias de marketing** que les ayuden a cumplir sus objetivos comerciales.



COMUNICACIÓN Y LENGUAJE VISUAL

Tenemos que dejar en claro lo siguiente: **todo lo que sea visual comunica.**

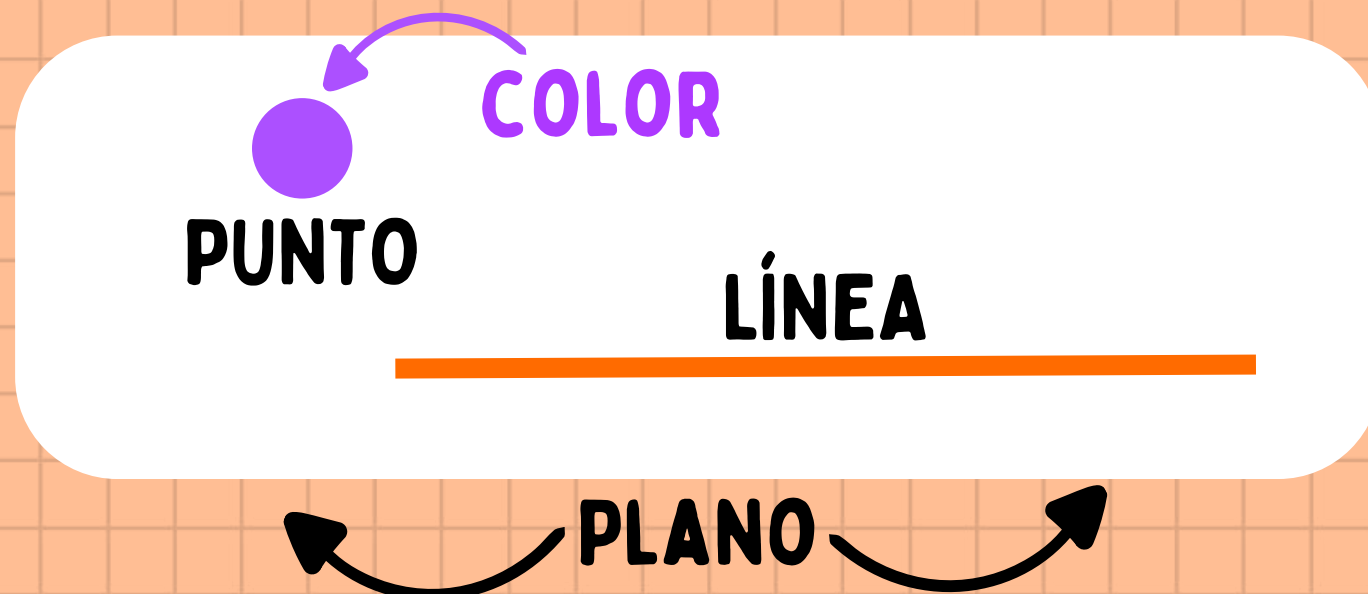
Se utilizan formas, figuras, signos, símbolos, colores - **todo lo que sea de tipo no verbal;** imágenes y emblemas que deben ser interpretados visualmente y que tienen como propósito de comunicar un mensaje.

Desde el punto de la publicidad, **se propone promocionar y visibilizar un producto o evento, o convencer al consumidor de comprarlo.**



LOS ELEMENTOS BÁSICOS DEL LENGUAJE VISUAL:

- **EL PUNTO** - la unidad mínima de expresión visual. A partir de la unión de múltiples puntos puede construirse una imagen entera o pueden trazarse líneas sólidas
- **LA LÍNEA** - la unión de una serie finita de puntos con el cual pueden representarse las formas de las cosas, diferenciarse los espacios y construirse un sinfín de figuras geométricas, a través de la delimitación de un adentro y un afuera.
- **EL PLANO** - también bajo el nombre del **fondo**, es el espacio representado visualmente, la superficie sobre la cual se construye la imagen visual.
- **EL COLOR** - un aspecto del espectro lumínico devuelto hasta nuestros ojos, aporta una importante carga de sentido a la **representación visual**, se asocian con objetos y realidades, y cuentan con valoraciones culturales propias



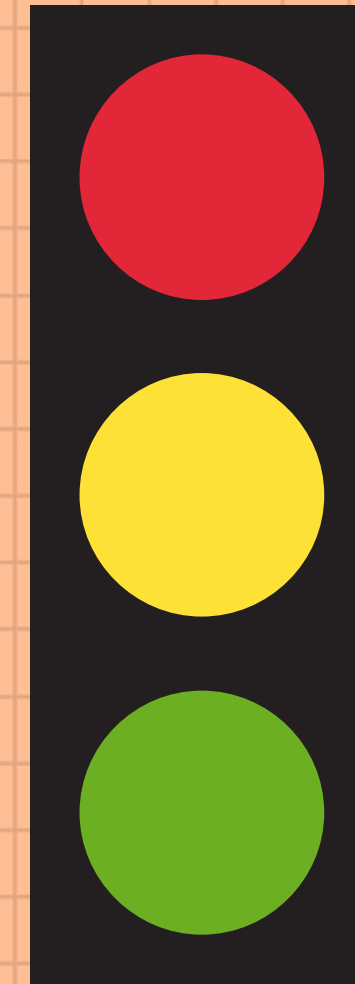
EJEMPLOS DE LENGUAJE VISUAL



CIRCULACIÓN EXCLUSIVA BICICLETAS/PEATONES



ZONA ESCOLAR



ALTO

REDUZCA VELOCIDAD

SIGA



PROHIBIDO FUMAR



PERSUASIÓN

La persuasión puede ser definida como: **un proceso destinado a cambiar la actitud o el comportamiento de una persona o un grupo** hacia algún evento, idea, objeto o persona(s), mediante el uso de *palabras* para **transmitir información, sentimientos, o el razonamiento, o una combinación de los mismos.**

Y desde el punto de la **publicidad** - se enfoca en **motivar la decisión de compra del consumidor** a través de medios y factores subjetivos; las emociones y sentimientos.



TÉCNICAS DE PUBLICIDAD PERSUASIVA

- **Técnica de imitación:** nace a partir del supuesto de que **las personas quieren imitar lo que hacen otras personas a las que consideran exitosas** en un determinado nicho o sector.
- **Técnica de comparación:** es una de las más utilizadas en la publicidad, **consiste en comparar dos productos similares pero dando atributos distintos** a la del producto o servicio en cuestión.
- **Prueba Social:** ¿Tú comprarías algo que nadie ha utilizado antes? **Las personas quieren saber de experiencia de éxito para con base en ello poder tomar la decisión de compra.** Lo importante es que el usuario pueda generar una **relación de confianza** con la marca para poder consumir.
- **Publicidad subliminal:** Se refiere a la **no mención de la marca o de los atributos de esta** pero de manera que el usuario actúe de **manera inconsciente.** Es considerada algo *controversial*.

EJEMPLOS DE LAS TÉCNICAS DE PUBLICIDAD PERSUASIVA



SUBLIMINAL - Nunca nos dicen de que se compone la Coca-Cola, pero que es perfecta para compartir entre amigos, familia, etc.



COMPARACIÓN - La vez que Cartoon Network invadió Nickelodeon, nunca menciono su nombre y "de seguro quieres cambiar ya de canal."



IMITACIÓN - ¡De seguro si consumo Pan Bimbo Actileche voy a estar más que listo para jugar futbol como Messi!

CANALES DE DIFUSIÓN

Juegan un papel crucial en la publicidad (y también en el marketing) -

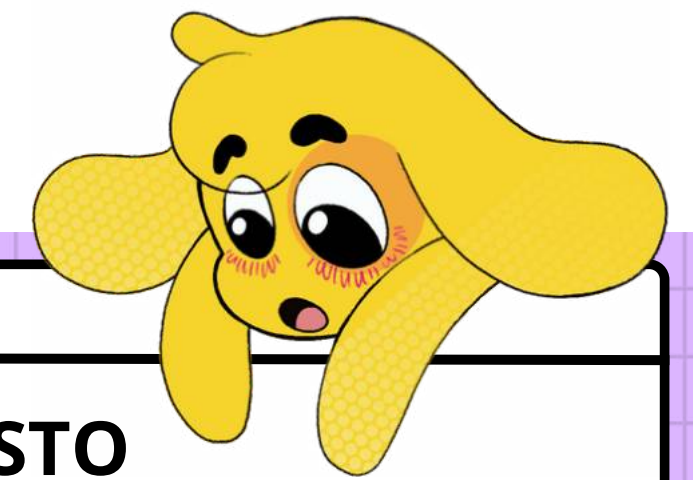
Son los medios a través de los cuales **una empresa o marca puede comunicarse con su audiencia para promocionar sus productos o servicios.**

- **ONLINE:** redes sociales, sitios web, correos electrónicos.
- **OFFLINE:** televisión, radio, prensa, revistas.

Benefician la publicidad en tener un alcance amplio, interactuar con el público y poder medir el impacto provocado.



FLUJO DE TRABAJO PARA LA PREPARACIÓN DE UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA.



- **DEFINE EL OBJETIVO**

- Seleccionar las metas que se pretenden alcanzar.

- **CONCRETAR EL TARGET**

- Decidir a quién se va a enfocar, hacer un perfil del público.

- **HACER EL BRIEFING**

- El documento de tu marca donde viene: Objetivo, target, definición de productos/servicios, valor añadido, etc.

- **ELABORAR MENSAJE**

- Sencillo que cale entre tu público objetivo y muestre los beneficios del producto o servicio.

- **ELIGE EL TIPO DE CAMPAÑA**

- En línea, televisión, radio, impreso (revistas, volantes), festivos, de lanzamiento.

- **ESTABLECER PRESUPUESTO**

- Establecer un presupuesto diario promedio para controlar cuánto se invierte, puede irse modificando.

- **DISEÑO DEL PLAN DE MEDIOS**

- Los formatos que se usarán para los anuncios, las fechas en las que van a salir y el tiempo que estarán activos.

- **SEGUIMIENTO**

- Ir midiendo en tiempo real el funcionamiento de la campaña.

- **LANZAMIENTO**

- Si todo se ha hecho bien, no debería tener que hacerse correcciones en la campaña.

- **ANÁLISIS DE RESULTADOS**

- El momento de hacer la valoración final. (Identifica si se lograron objetivos, feedback, etc.)

**ARMONÍA, EQUILIBRIO Y
COMPOSICIÓN**

LÍNEA Y TEXTURA

FORMA Y FONDO

SIMETRÍA Y ASIMETRÍA

PSICOLOGÍA DEL COLOR

STORYTELLING

**RITMO Y DESCANSO
VISUAL**

COMUNICACIÓN VISUAL

TIPOGRAFÍAS

