

MÁRKETING: la publicidad

El márketing puede definirse como el conjunto de actividades realizadas para favorecer la comercialización de un producto o servicio en el mercado.

Se suele considerar que la publicidad es la actividad más importante del marketing porque de nada sirve un buen producto si no se sabe vender. Pero, a pesar de ser tan poderosa sólo representa un factor márketing-mix. Además, la publicidad debe ser complementaria de los otros instrumentos del marketing, ya que de lo contrario no tendría eficacia.

Los principales objetivos del márketing son elevar la cifra de ventas, obtener rentabilidad y aumentar la cuota de participación en el mercado. Para conseguir estos objetivos las empresas elaboran el llamado plan de marketing. Esta estrategia consiste en definir:

- **el posicionamiento**, es decir, la idea que los consumidores tienen de los productos o servicios de una empresa y de los productos o servicios de sus competidores;
- **el público objetivo** o target group, es decir, el segmento de mercado al que va a dirigirse el producto y la comunicación publicitaria;
- **los factores del marketing-mix**, es decir, producto, precio, distribución y promoción. Al hablar de promoción estamos haciéndolo de todas estas actividades: la publicidad, las relaciones públicas, la promoción de ventas y la publicidad como medios de comunicación masivos, y la fuerza de ventas como medio no masivo. Si se quiere conseguir eficacia es fundamental una buena coordinación de todos los factores del marketing-mix.

Cuestionario

1. ¿Conoces la palabra española sinónima de “márketing”? ¿Cuál es?
2. Elige algún producto o servicio conocido que se esté comercializando actualmente en el mercado y piensa a qué público va dirigido. ¿En qué basas tu opinión?
3. ¿Estas de acuerdo con la frase “de nada sirve un buen producto si no se sabe vender”? ¿Crees que un producto o servicio puede comercializarse con éxito sin una operación de marketing? ¿Por qué?
4. ¿Recuerdas alguna gran campaña de marketing? ¿Cuál?
5. ¿Has participado alguna vez en un operación de marketing? ¿Cómo?
6. Comenta tu opinión sobre los siguientes temas:
 - la publicidad engañosa
 - la publicidad subliminal
 - la utilización en la publicidad de hombres y mujeres objeto
 - la manipulación de los espectadores más jóvenes a través de la publicidad
7. Una de las principales características de la publicidad es la de atraer al consumidor jugando con sus sentimientos más básicos: así, por ejemplo, se apela a su envidia para que compre un coche más potente que el de su vecino, y se apela a su deseo de éxito para que consuma una determinada bebida. ¿Con qué otros sentimientos del ser humano juega la publicidad?