

10 requisitos para una publicidad efectiva

Estos son los 10 requisitos que toda [publicidad](#) debe tener para que sea efectiva, es decir, para que cumpla con los objetivos propuestos y genere la mayor cantidad de ventas posibles:

1. Ser atractiva

El primer requisito para lograr una publicidad efectiva, es que ésta sea atractiva, es decir, que llame la atención del consumidor y lo estimule a hacer la compra.

Para ello podemos, por ejemplo, utilizar diseños llamativos, mensajes divertidos, lemas originales, logotipos que impacten, etc.

2. Ser de buena calidad

Para que la publicidad tenga el efecto esperado en los consumidores, ésta debe ser de buena calidad.

Una publicidad de buena calidad no necesariamente significa una publicidad costosa, sino que, independientemente del medio que se utilice, ésta debe contar con elementos de buena calidad, por ejemplo, si se realiza publicidad a través de folletos, éstos deben tener un diseño bien elaborado y, además, el papel que se utilice en ellos, debe ser de un buen material.

Si nuestra publicidad es de buena calidad, enviamos el mensaje de que nuestro negocio o producto también es de buena calidad; pero, por otro lado, si nuestra publicidad es de mala calidad, enviamos la imagen de un negocio o producto pobre y descuidado.

3. Tener en cuenta el público objetivo

Antes de lanzar una campaña publicitaria, es necesario que se estudie y analice bien al público objetivo, es decir, al público al cual irá dirigida la publicidad.

El conocer bien las necesidades y características de nuestro público o mercado objetivo, nos permitirá diseñar una publicidad efectiva, por ejemplo, nos permitirá elegir los canales o medios más accesibles para ellos, nos permitirá diseñar los mensajes que mejor impacto pueden tener, etc.

4. Utilizar los medios o canales indicados

La buena elección de los medios o canales a través de los cuales se enviará el mensaje publicitario, es uno de los factores más importantes para el éxito de la publicidad.

Para elegir el medio o canal indicado, debemos tener en cuenta las necesidades, preferencias, costumbres y hábitos de nuestro público objetivo, por ejemplo, debemos elegir los medios o canales que sean más accesibles para ellos, los que sean más utilizados por ellos, o los que puedan tener una mayor influencia en ellos.

5. Ser lanzada en el momento indicado

Para que la publicidad sea efectiva, ésta debe ser lanzada en el momento indicado.

El momento en que lancemos nuestra campaña publicitaria es otro de los factores determinantes para su éxito.

Por ejemplo, podríamos esperar el momento en que nuestro público objetivo tenga un mayor acceso al medio publicitario que vamos a utilizar; o podríamos esperar el momento oportuno para dar a conocer nuestro producto, por ejemplo, luego de haber creado suficiente expectativa.

6. Tener un mensaje claro

El mensaje publicitario debe ser fluido y fácil de entender; debe estar basado en un lenguaje claro y comprensible para el receptor.

Una forma de lograr un mensaje claro, es utilizando un mensaje corto; un mensaje largo puede generar rechazo por parte del consumidor, mientras que un mensaje corto, puede resultar más atractivo para éste.

7. Resaltar las principales características o beneficios

La publicidad debe resaltar las principales características del producto, por ejemplo, sus principales funciones, atributos, utilidades, etc.

Pero también debe señalar sus principales beneficios, es decir, aquellos beneficios que el consumidor podría obtener al adquirir o hacer uso del producto, por ejemplo, el beneficio de la comodidad, de sentirse satisfecho, de tener una sensación de bienestar, etc.

8. Resaltar las características diferenciadoras

Así como se debe señalar las principales características o beneficios del producto, una publicidad efectiva, también debe resaltar las características diferenciadoras.

Características diferenciadoras son aquellas características innovadoras del producto que lo hacen único y lo distinguen de los productos de la competencia; son las razones por las que el consumidor debe elegirnos a nosotros y no a nuestros competidores.

9. Mostrar credibilidad

De nada sirve señalar las características o beneficios del producto, si éste no tiene la credibilidad suficiente ante los consumidores.

Para lograr credibilidad, nuestra publicidad podría incluir imágenes de nuestro negocio, podría señalar nuestra experiencia en el mercado, nuestros logros obtenidos, nuestros principales recursos, los testimonios de clientes satisfecho, una relación de nuestros principales clientes, etc.

10. Repetirse

Y finalmente, el último requisito para una publicidad efectiva, es que ésta se repita constantemente.

No debemos lanzar una campaña publicitaria y luego olvidarnos de la publicidad; para que ésta tenga efecto, esta tiene que repetirse constantemente; siempre debemos hacerle recordar nuestros productos a los consumidores y estimularlos para que los adquieran.