introdução a publicidade & propaganda

Aula 3- Funções e Conceitos de publicidade e propaganda

professor Rafael Hoffmann

Setores envolvidos

Anunciante – também conhecido como cliente, é a empresa, pessoa ou instituição que faz uso da propaganda para resolver algum problema de comunicação e, com isso atender a uma finalidade específica e definida.

Setores envolvidos

Agências – assessora o anunciante em todas as suas necessidades de propaganda e executa as tarefas necessárias a sua realização, coordenando o trabalho de fornecedores e produtoras e intermediando o relacionamento cliente-veículo.

Setores envolvidos

Fornecedores e produtoras – pessoas e empresas especializadas na produção das peças (produtoras de áudio e vídeo, bureaus de criação, estúdios fotográficos, gráficas, etc.).

Setores envolvidos

Veículo – cabe ao veículo a divulgação da propaganda, levando as mensagens do anunciante até os consumidores.

Setores envolvidos

Consumidor – objetivo final da propaganda. Pessoa, grupo, empresa ou instituição aos quais as mensagens são dirigidas e dos quais espera uma reação favorável ao anunciante.

Como é feita a propaganda

A propaganda pode ser feita diretamente pelo anunciante que a encaminha ao veículo.

Também há a possibilidade de ser realizada mediante colaboração de fornecedores e produtoras especializadas.

Como é feita a propaganda

House Agency

- “Agência da casa”
- É uma agência que pertence ao próprio anunciante, ao seu próprio cliente.

Vantagem: redução de custos e tempo, controle sobre tudo.

Desvantagem: tendem a ser submissas e terem a liberdade de criação limitada.

Como é feita a propaganda

1 – Definição dos objetivos

2 – Pesquisa:
- consumidores
- concorrência
- argumentos/linguagem/apelo

3 – Planejamento:
- análise da pesquisa
- esclarecimento dos objetivos
- levantamento de recursos
- definição de estratégias

Como é feita a propaganda

4 – Aprovação do planejamento

5 – Criação

6 – Planejamento de mídia

7 – Aprovação da criação e mídia

8 – Produção e compra da mídia

9 – Veiculação

10 – Mediação dos resultados

Objetivos e funções da propaganda

Objetivos e funções da propaganda

Funções básicas

De um modo simplista:
- conseguir a consideração de compra por parte do consumidor;

- conhecimento, dar maior identidade ao produto e à empresa;

- aumentar a convicção racional ou emocional do consumidor em relação ao produto.

Objetivos e funções da propaganda

De acordo com o propósito

Informar

A propaganda informativa busca criar conscientização e conhecimento da marca no caso de novos produtos ou novos recursos de produtos já existentes.

Objetivos e funções da propaganda

De acordo com o propósito

Persuadir

A propaganda persuasiva procura criar simpatia, preferência, convicção e a compra de um produto ou serviço.

Objetivos e funções da propaganda

De acordo com o propósito

Lembrar e reforçar

A propaganda de lembrança procura estimular a repetição da compra dos produtos ou serviço daquela marca e manter a marca na mente dos clientes.

Objetivos e funções da propaganda

De acordo com o tipo

Propaganda institucional

Geram simpatia e ajudam a construir e fixar uma boa imagem do anunciante. Divulga a empresa como um todo.

Direta (fala especificamente sobre a marca) - explica a filosofia, os objetivos e as ações das organizações, com teor eminentemente informativo.

Objetivos e funções da propaganda

De acordo com o tipo

Propaganda institucional

Objetivos e funções da propaganda

De acordo com o tipo

Propaganda institucional

Geram simpatia e ajudam a construir e fixar uma boa imagem do anunciante. Divulga a empresa como um todo.

Indireta (não fala diretamente sobre a marca):
- fundo cultural (promovendo algum tipo de expressão artística);
- utilidade pública (incentivando comportamentos úteis, pessoal e socialmente);
- caráter beneficente (promovendo ações beneficentes, em prol de causas sociais);
- fundo cívico (destacando datas e eventos).

Objetivos e funções da propaganda

De acordo com o tipo

Propaganda institucional

Indireta (não fala diretamente sobre a marca):

Objetivos e funções da propaganda

De acordo com o tipo

Propaganda promocional

É aquela cuja função básica é a venda de produtos ou serviços de uma empresa. (de varejo)

- **Direta**: anúncio sobre a liquidação, descontos, lançamentos.

Objetivos e funções da propaganda

De acordo com o tipo

Propaganda promocional

Objetivos e funções da propaganda

De acordo com o tipo

Propaganda promocional

É aquela cuja função básica é a venda de produtos ou serviços de uma empresa.

- **Indireta**: onde se anuncia as virtudes ou simplesmente o nome de determinada marca de produto ou serviço.

Objetivos e funções da propaganda

De acordo com o tipo

Propaganda promocional

As principais tarefas da propaganda promocional são:

Divulgação da marca	Tornar a empresa mais íntima dos consumidores que já conhecem ou fazê-la conhecida pelos que não a conheçam.
Promoção da marca	Aumentar sua presença entre os consumidores ou ressaltando seus aspectos mais competitivos em relação ao que existe no mercado e é oferecido pela concorrência.
Criação e expansão do mercado	Conquista (e lealdade) de consumidores.
Correção do mercado	Quando a imagem da marca ou empresa não estiver sendo percebida de maneira adequada pelos consumidores ou quando estes não estiverem corretamente informados das características e vantagens do produto ou serviço do anunciante.

Objetivos e funções da propaganda

De acordo com o tipo

Propaganda promocional

As principais tarefas da propaganda promocional são:

Educação do mercado	Quando o consumo depender da formação de uma atitude ou hábito do consumidor. Reposicionar a marca, esclarecendo informações e/ou mudanças de estratégias.
Consolidação do mercado	Quando o importante for solidificar uma posição conquistada, através da reafirmação das qualidades da marca ou empresa.
Manutenção do mercado	Através da constante reafirmação das características e vantagens da marca ou empresa e da ação de resposta aos ataques e esforços da concorrência garantindo a posição conquistada.

Objetivos e funções da propaganda

De acordo com o tipo

Propaganda promocional

As [illegible] da propaganda promocional são:

Ed[illegible]	[illegible]ndo o consumo depender da formação de uma atitude ou hábito do consumidor. [illegible]sicionar a marca, esclarecendo informações e/ou mudanças de estratégias.
C[illegible] m[illegible]	[illegible]do o importante for solidificar uma posição conquistada, através da reafirmação das [illegible]dades da marca ou empresa.
Manutenção do mercado	Através da constante reafirmação das características e vantagens da marca ou empresa e da ação de resposta aos ataques e esforços da concorrência garantindo a posição conquistada.

Objetivos e funções da propaganda

De acordo com o tipo

Propaganda promocional

- Substituto do leite natural.
- Perdeu espaço para o leite em pó.
- “Nova” utilidade.
- Ingrediente culinário.

As [illegible] da propaganda promocional são:

Ed	ndo o consumo depender da formação de uma atitude ou hábito do consumidor. sicionar a marca, esclarecendo informações e/ou mudanças de estratégias.
C m	do o importante for solidificar uma posição conquistada, através da reafirmação das dades da marca ou empresa.
Manutenção do mercado	Através da constante reafirmação das características e vantagens da marca ou empresa e da ação de resposta aos ataques e esforços da concorrência garantindo a posição conquistada.

Objetivos e funções da propaganda

De acordo com o tipo

Propaganda promocional

- Substituto do leite natural.
- Perdeu espaço para o leite em pó.
- “Nova” utilidade.
- Ingrediente culinário.
- Queda no hábito de preparar alimentos em casa.
- Ingrediente para sucos e drinks.

As [illegible] da propaganda promocional são:

Ed[illegible]	[illegible]ndo o consumo [illegible] consumidor. [illegible]sicionar a marca, esclarecendo informações e/ou mudanças de estratégias.
C[illegible] m[illegible]	[illegible]do o importante for solidificar uma posição conquistada, através da reafirmação das [illegible]dades da ma[illegible]
Manutenção de mercado	Através da constante reafirmação das características e vantagens da marca ou empresa e da ação de resposta aos ataques e esforços da concorrência garantindo a posição conquistada.

Objetivos e funções da propaganda

De acordo com o tipo

Propaganda promocional

- Substituto do leite natural.
- Perdeu espaço para o leite em pó.
- "Nova" utilidade.
- Ingrediente culinário.
- Queda no hábito de preparar alimentos em casa.
- Ingrediente para sucos e drinks.

As [illegible] da propaganda promocional são:

Ed[illegible]	ndo o consumidor [illegible] consumidor. sicionar a marca, esclarecendo informações e/ou mudanças de estratégias.
C[illegible] m[illegible]	do o importante for solidificar uma posição conquistada, através da reafirmação das dades da marca [illegible]
Manutenção de mercado	Através da constante reafirmação das características e vantagens da marca ou empresa e da ação de resposta aos ataques e esforços da concorrência garantindo a posição conquistada.

Objetivos e funções da propaganda

De acordo com o tipo

Propaganda promocional

As principais tarefas da propaganda promocional são:

Educação do mercado	Quando o consumo depender da formação de uma atitude ou hábito do consumidor. Reposicionar a marca, esclarecendo informações e/ou mudanças de estratégias.
Consolidação do mercado	Quando o importante for solidificar uma posição conquistada, através da reafirmação das qualidades da marca ou empresa.
Manutenção do mercado	Através da constante reafirmação das características e vantagens da marca ou empresa e da ação de resposta aos ataques e esforços da concorrência garantindo a posição conquistada.

Objetivos e funções da propaganda

De acordo com o tipo

Campanhas

Conjunto de peças com o mesmo objetivo, conjunto de peças publicitárias que, utilizadas simultaneamente, passam a mensagem do anunciante ao público-alvo.

Objetivos e funções da propaganda

De acordo com o tipo

Campanha Guarda-Chuva

Também conhecida como campanha de linha de produtos. Reúne características das campanhas institucional e promocional.

Conceitua a empresa, fixando a imagem e informa sobre a linha de produtos, ligando o estabelecimento e o reconhecimento de marca da empresa e de seus produtos. Normalmente apresenta todo o portifólio de produtos.

Objetivos e funções da propaganda

De acordo com o tipo

Objetivos e funções da propaganda

De acordo com o tipo

Objetivos e funções da propaganda

De acordo com o tipo

Campanha de Varejo

Os produtos são divulgados pelo intermédio do varejista.

Sempre tem o preço como principal destaque.

Objetivos e funções da propaganda

De acordo com o tipo

Campanha de Lançamento

Visa divulgar o lançamento de novos produtos ou serviços.
Nesse tipo de campanha predomina a linguagem informativa e o produto é sempre mostrado.

Objetivos e funções da propaganda

De acordo com o tipo

Campanha de Sustentação

Divulgadas na fase de maturação do produto, ou seja, após o lançamento do produto. O principal objetivo é sustentar o esforço de Marketing, de uma forma que não dê espaço para a concorrência.

Objetivos e funções da propaganda

De acordo com o tipo

Campanha de Sustentação

Objetivos e funções da propaganda

De acordo com o tipo

Campanha de Sustentação

Objetivos e funções da propaganda

De acordo com o tipo

Campanha Social

Voltada para causas sociais.

Objetivos e funções da propaganda

De acordo com o tipo

Campanha Eleitoral

De utilização esporádica, objetiva conquistar votos para determinado postulante a um cargo eletivo.

Objetivos e funções da propaganda

De acordo com o tipo

Campanha Governamental

Destinada a criar, reforçar ou modificar a imagem de um determinado governo, dentro e fora de suas fronteiras.

Objetivos e funções da propaganda

De acordo com o tipo

Campanha de Oportunidade

Aproveita a oportunidade de algum tema ou assunto recente e utiliza como mote para divulgar um produto ou serviço.

Objetivos e funções da propaganda

De acordo com o tipo

Campanha Testemunhal

São campanhas nas quais uma pessoa de credibilidade presta seu testemunho sobre as qualidades de um produto.

Objetivos e funções da propaganda

De acordo com o tipo

Campanha Testemunhal

São campanhas nas quais uma pessoa de credibilidade presta seu testemunho sobre as qualidades de um produto.

Obje paganda

De acord

Campa

São can bilid

seu test duto

ANÚNCIO DE OPORTUNIDADE!
:)

Objetivos e funções da propaganda

De acordo com o tipo

Teaser

Um ou vários anúncios consecutivos, cujo objetivo é apresentar outro anúncio. Tem como função despertar a curiosidade do leitor para a campanha de propaganda que vai ser feita.

Atividade

Referências bibliográficas

Propaganda: Teoria, Técnica e Prática, Armando Sant'Anna, Ismael Rocha Júnior e Luiz Fernando Dabul Garcia, Cengage Learning, 2009.

Propaganda de A a Z, Rafael Sampaio, Elsevier, 2013.

Administração de Marketing, Philip Kotler e Kevin Lane Keller, Pearson Pretience Hall, 2006.

Propaganda é isso aí!, Zeca Martins, Editora Atlas, 2004.

introdução a publicidade & propaganda

professor Rafael Hoffmann