



# DEFINIÇÕES DE PUBLICIDADE

## GUIDA PATRÃO



# DEFINIÇÕES DE PUBLICIDADE

**Publicidade é o ato ou o efeito de dar a conhecer um produto ou um conjunto de produtos, incitando ao seu consumo.**

**Pode ser entendida como a arte de convencer, persuadir e seduzir.**



**É um processo comunicativo que difunde informação através de diferentes meios, tais como a televisão, a rádio, a internet, e a imprensa escrita (jornais e revistas).**





# A PUBLICIDADE:

- ⦿ É UMA TÉCNICA DE COMUNICAÇÃO DE MASSAS.
- ⦿ DIRIGE-SE A UM PUBLICO ESPECIFICO.
- ⦿ É UMA COMUNICAÇÃO PAGA .
- ⦿ UM INVESTIMENTO A LONGO PRAZO.
- ⦿ UM SERVIÇO TÉCNICO.
- ⦿ É VERDADEIRA.
- ⦿ MAS PODE SER OMISSA.
- ⦿ VISA O CONSUMIDOR FINAL.
- ⦿ NÃO VENDE.
- ⦿ DÁ A CONHECER O PRODUTO/SERVIÇO.



Nós fazemos  
**diferente**



# FUNÇÕES DA PUBLICIDADE

◎ **INFORMATIVA: DÁ A CONHECER E AJUDA A PROMOVER A MARCA.**



◎ **ECONÓMICA: ACTIVA E MANTÉM O CONSUMO, LOGO O CIRCUITO ECONÓMICO.**

◎ **FINANCIADORA: FINANCIA E PODE SUBSIDIAR CUSTOS.**



# **FUNÇÕES DA PUBLICIDADE**

- ◎ **SUBSTITUTIVA: CRIA UMA REALIDADE FICTICIA.**
- ◎ **ESTEROTIPADORA: CRIA ESTERIÓTIPOS DO QUE É APRESENTADO. (EXECUTIVO USA GRAVATA).**
- ◎ **LÚDICA: CRIA SITUAÇÕES DE PRAZER.**

# TIPOS DE PUBLICIDADE

◎ **PUBLICIDADE COMERCIAL** – PROCURA PROMOVER UM PRODUTO OU SERVIÇO, JUNTO DO CONSUMIDOR GERAL, NO SENTIDO DE INCENTIVAR O SEU CONSUMO. TEM FINALIDADE LUCRATIVA.



# TIPOS DE PUBLICIDADE

◎ **PUBLICIDADE INSTITUCIONAL** – NÃO TEM  
FINS LUCRATIVOS, APENAS PRETENDE A  
DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÃO,  
SENSIBILIZANDO PARA QUESTÕES SOCIAIS,  
CULTURAIS, CÍVICAS.



# OBJETIVOS DA PUBLICIDADE

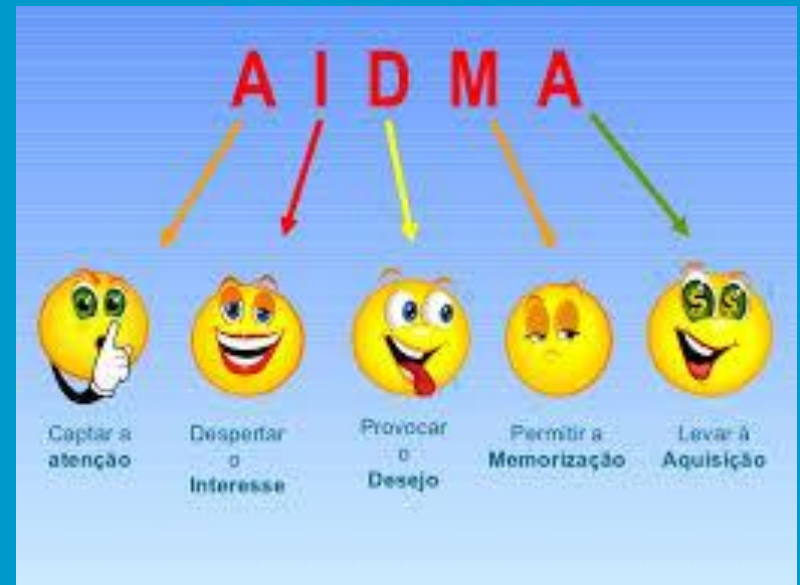
**A – ATENÇÃO**

**I – INTERESSE**

**D – DESEJO**

**M – MEMORIZAÇÃO**

**A - AÇÃO**





◎ A – DESPERTAR A **A**TENÇÃO

◎ I – CRIAR O **I**NTERESSE

◎ D – ESTIMULAR O **D**ESEJO



◎ M – PERMITIR A **M**EMORIZAÇÃO

◎ A – PROVOCAR A **A**QUISIÇÃO

# OBJETIVOS DA PUBLICIDADE



- ◎ INFORMAR
- ◎ AUMENTAR O NÍVEL DE NOTORIEDADE
- ◎ DIMINUIR O RISCO DE COMPRA
- ◎ DIMINUIR O ESFORÇO DE COMPRA
- ◎ CONFIRMAR A DECISÃO DE COMPRA
- ◎ DIFERENCIAR OS PRODUTOS



# **OBJECTIVOS DA PUBLICIDADE**

## **INFORMAÇÃO**

**DAR A CONHECER A EXISTÊNCIA DO PRODUTO**

**CRIAR NOTORIEDADE / IMAGEM DA EMPRESA E PRODUTO**

**SUGERIR NOVAS UTILIZAÇÕES PARA O PRODUTO**

**INFORMAR UMA ALTERAÇÃO DE PREÇO**

**EXPLICAR COMO FUNCIONA O PRODUTO**

**DESCREVER SERVIÇOS DISPONÍVEIS NA EMPRESA**

**LOCAIS DE AQUISIÇÃO E ASSISTÊNCIA**

**CORRIGIR FALSAS IMPRESSÕES**

**DIMINUIR O ESFORÇO DE COMPRA**

**DIFERENCIAR O PRODUTO**

# **OBJECTIVOS DA PUBLICIDADE**

## **PERSUAÇÃO**

**FAZER GOSTAR**

**PROVOCAR SIMPATIA**

**ALTERAR PERCEPÇÃO DOS COMPRADORES**

**LEVAR À PREFERÊNCIA**

**FAZER AGIR**

**LEVAR À COMPRA**

**CRIAR EMOÇÃO**

**DESPERTAR DESEJO**

**LEVAR AO SONHO**

# OBJECTIVOS DA PUBLICIDADE

## RECORDAÇÃO

**CRIAR E MANTER O *TOP-OF-MIND***

**RELEMBRAR UTILIDADE E VANTAGENS DO PRODUTO**

**RELEMBRAR LOCAIS E CONDIÇÕES DE AQUISIÇÃO**

# OBJECTIVOS DA PUBLICIDADE

## INFORMAÇÃO:

DAR A CONHECER A EXISTÊNCIA  
CRIAR NOTORIEDADE  
SUGERIR NOVAS UTILIZAÇÕES PARA O PRODUTO  
INFORMAR UMA ALTERAÇÃO DE PREÇO  
EXPLICAR COMO FUNCIONA O PRODUTO  
DESCREVER SERVIÇOS DISPONÍVEIS  
LOCAIS DE AQUISIÇÃO E ASSISTÊNCIA  
IMAGEM DA EMPRESA  
CORRIGIR FALSAS IMPRESSÕES  
DIMINUIR O ESFORÇO DE COMPRA  
DIFERENCIAR O PRODUTO

## RECORDAÇÃO:

CRIAR E MANTER O *TOP-OF-MIND*  
RELEMBRAR UTILIDADE E VANTAGENS  
DO PRODUTO  
RELEMBRAR LOCAIS E CONDIÇÕES DE  
AQUISIÇÃO

## PERSUAÇÃO:

FAZER GOSTAR  
PROVOCAR SIMPATIA  
LEVAR À PREFERÊNCIA  
FAZER AGIR  
LEVAR À COMPRA  
ALTERAR PERCEPÇÃO DOS  
COMPRADORES  
CRIAR EMOÇÃO  
DESPERTAR DESEJO  
LEVAR AO SONHO

# OS PRINCIPAIS ATORES DA PUBLICIDADE

