



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 PÚBLICO ESPECÍFICO.
- ⊙ 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.**
- ◎ **ESTERIOTIPADORA: 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

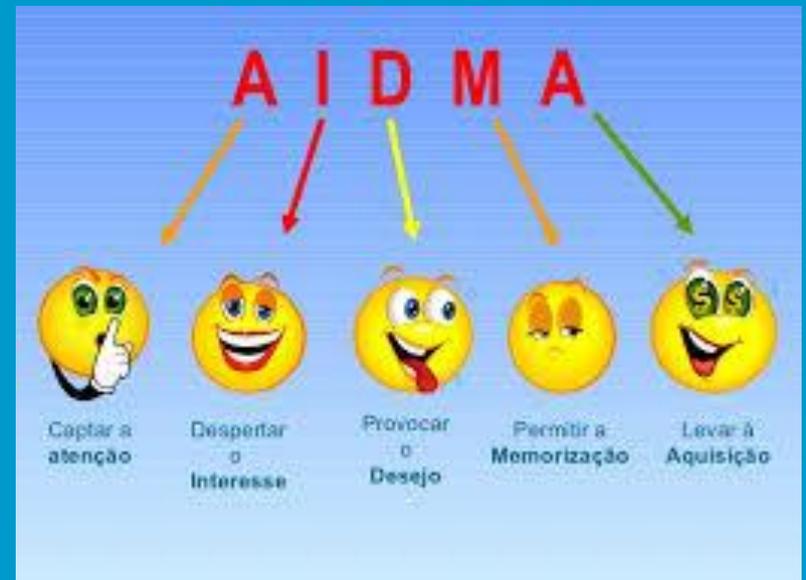
A - ATENÇÃO

I - INTERESSE

D - DESEJO

M - MEMORIZAÇÃO

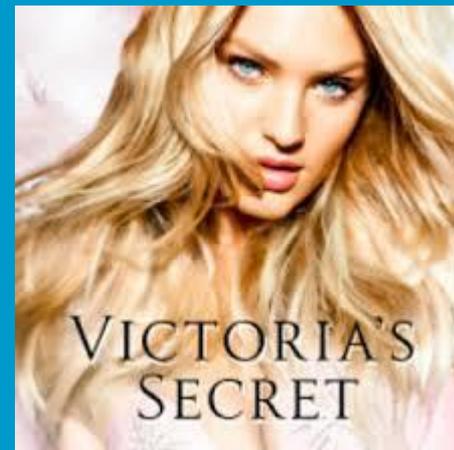
A - AÇÃO



◎ 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

PERSUASÃO

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

