

Séptimo encuentro.

La publicidad dirigida.

Maestro. Marco Antonio López Franco.

Objetivo: *Que el alumno conozca, a partir de los conceptos estudiados, como se ubica un producto bajo determinadas condiciones de las clases sociales.*

Ahora que hemos estudiado las herramientas que nos ayudan a llevar a un mensaje a la audiencia, tenemos que saber cómo ubicarlo, es decir debemos de conocer los diferentes puntos de cada una de los segmentos de la población que estamos estudiando, ya mencionamos que existen roles y rangos que nos ayudan a ubicar a grandes segmentos de la población pero tenemos que tener en cuenta algunas situaciones importantes.

-Jornada laboral. Es decir cuánto tiempo se labora, tener en cuenta que la jornada laboral se extiende y que es en determinados horarios que puede ubicarse un determinado producto.

-Tiempo de consumo de medios. El tiempo que se pasa frente a la televisión durante que horarios y que rango de edad es la que consume medios masivos durante ese tiempo.

-Capacidad de gasto y ahorro. Cuanto el núcleo familiar o la persona pueden gastar en un insumo, es recomendable que siempre se tenga en cuenta los precios que se ofertan de otros insumos, la capacidad de ahorro nos mencionara en cuanto tiempo una persona puede realizar una compra.

-Ritmo de la compra. Cuantas veces el posible consumidor visita o se detiene a observar el producto.

Actividad complementaria.

El ejercicio que se solicita tiene que tener las siguientes características, se las comento;

Ya que hemos estudiado el cómo y el por qué se comporta el cliente de cierta manera

Identifiquemos el proceso de consumo para cada producto; Por ejemplo:

¿Cómo se compran unos pantalones? ¿Bajo qué condiciones?

Y lo más importante qué necesidad se pretende cubrir con esto. Denme 3 ejemplos con 3 productos diferentes, pueden ser autos, productos de belleza, lo que quiero que identifiquen es que no todos los procesos de compra siguen el mismo ritmo, hay ventas que nos e realizan sino después de varias visitas o pláticas, por ejemplo la compra de una casa.