

2.3: Redacción publicitaria

2.3.1: Principios de la redacción publicitaria

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Proyecta el concepto de brief creativo y su importancia en la elaboración de una campaña publicitaria.
- Desarrolla la narrativa y el storytelling en para la campaña de publicidad

ACTIVIDADES PRÁCTICAS DE APLICACIÓN Y EXPERIMENTACIÓN / ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE AUTÓNOMO:

- Taller
- Compilado taller casos de estudio

Principios de la redacción publicitaria

El trabajo está a cargo del **Copywriter** o Redactor Publicitario.

Es el arte de escribir textos que **convencen** a las personas para que **compre** un producto o servicio.

Se deben tener en cuenta los medios, sean **ATL, BTL, TTL**.

Un buen texto publicitario debe ser **claro, conciso y convincente**.

Debe destacar los **beneficios** del producto o servicio y **apelar a las emociones** del lector.

Conocer al **público objetivo**, al que se dirigirá el mensaje.

Se desarrolla en función del **concepto creativo**.

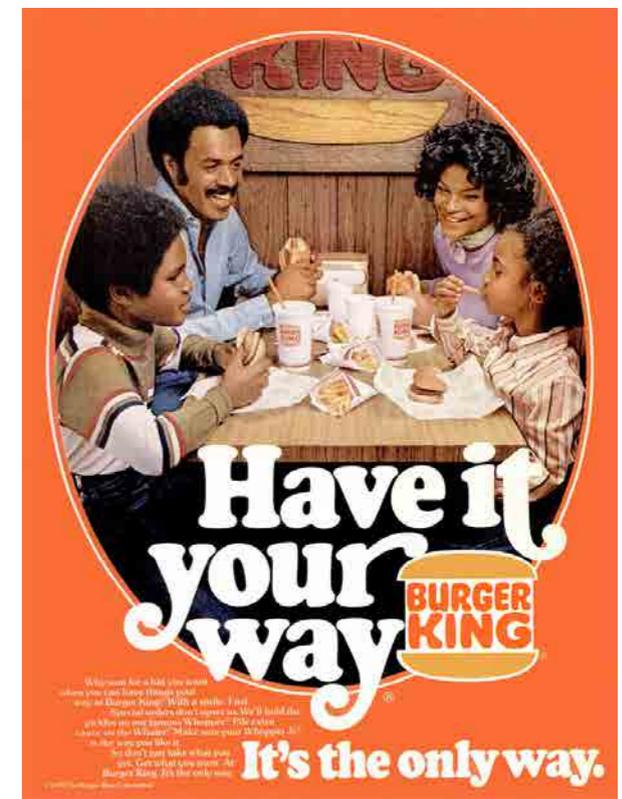
Principios de la redacción publicitaria

- 1. Concepto de Marca*
- 2. Concepto de Producto*
- 3. Concepto de la Campaña*



Principios de la redacción publicitaria

1. **Concepto de Marca**
2. *Concepto de Producto*
3. *Concepto de la Campaña*



Principios de la redacción publicitaria

1. *Concepto de Marca*
2. **Concepto de Producto**
3. *Concepto de la Campaña*



Principios de la redacción publicitaria

1. *Concepto de Marca*
2. *Concepto de Producto*
3. **Concepto de la Campaña**



Principios de la redacción publicitaria

VEN DE PAYASO, COME COMO UN REY
 CÓMO UN WHOPPER HIZO QUE +110.000 PERSONAS ALREDEDOR DEL MUNDO SE DISFRAZARAN DE PAYASOS.

"UNA DIVERTIDÍSIMA PROMOCIÓN DE HALLOWEEN" **FSTOMPANY**
"ASTUTA JUGADA DE BURGER KING" **TIME**
"TROLEO ÉPICO DE BK A McDONALD'S" **Mashable**
"HALLOWEEN NO VOLVERÁ A SER LO MISMO" **The New York Times**

+1500 RESTAURANTES · **21% INCREMENTO EN TRAFICO** · **15% INCREMENTO EN VENTAS** · **SCARY CLOWN NIGHT** · **\$22,4 MILLONES DE EARNED MEDIA** · **2,1 MIL MILLONES DE IMPRESIONES** · **+110.000 PAYASOS**

Principios de la redacción publicitaria

*El **concepto creativo** debe transmitir la **idea**
en **pocas palabras**.*

Principios de la redacción publicitaria

*Primero la **idea**, después el **concepto**.*

Crest:
“You Can Say Anything with a Smile”



<https://www.youtube.com/watch?v=joltRODNInc>

Idea: *salir de situaciones horribles con una sonrisa.*

Concepto: *Puedes decir cualquier cosa con una sonrisa.*

Principios de la redacción publicitaria

Recomendaciones para la elaboración de un buen concepto:

1. *¿Qué comunicar?*
2. *¿Para qué comunicar?*
3. *¿Para quién comunicar?*
4. *¿Cómo comunicar?*
5. *¿Cuál será el canal de comunicación?*



Principios de la redacción publicitaria

Recomendaciones para la elaboración de un buen concepto:

1. ¿Qué comunicar?

2. *¿Para qué comunicar?*

3. *¿Para quién comunicar?*

4. *¿Cómo comunicar?*

5. *¿Cuál será el canal de comunicación?*

La pasta de dientes Crest le brinda dientes sanos y hermosos de por vida.

Principios de la redacción publicitaria

Recomendaciones para la elaboración de un buen concepto:

1. *¿Qué comunicar?*

2. *¿Para qué comunicar?*

3. *¿Para quién comunicar?*

4. *¿Cómo comunicar?*

5. *¿Cuál será el canal de comunicación?*

Generar conciencia, conocimiento y recuerdo de marca.

Principios de la redacción publicitaria

Recomendaciones para la elaboración de un buen concepto:

1. *¿Qué comunicar?*
2. *¿Para qué comunicar?*
3. ***¿Para quién comunicar?***
4. *¿Cómo comunicar?*
5. *¿Cuál será el canal de comunicación?*

Adultos jóvenes de NSE Medio y Medio alto.

Principios de la redacción publicitaria

Recomendaciones para la elaboración de un buen concepto:

1. *¿Qué comunicar?*
2. *¿Para qué comunicar?*
3. *¿Para quién comunicar?*
- 4. *¿Cómo comunicar?***
5. *¿Cuál será el canal de comunicación?*

Con humor, informándote que una sonrisa bien cuidada puede ayudarte a superar cualquier situación.

Principios de la redacción publicitaria

Recomendaciones para la elaboración de un buen concepto:

1. *¿Qué comunicar?*

2. *¿Para qué comunicar?*

3. *¿Para quién comunicar?*

4. *¿Cómo comunicar?*

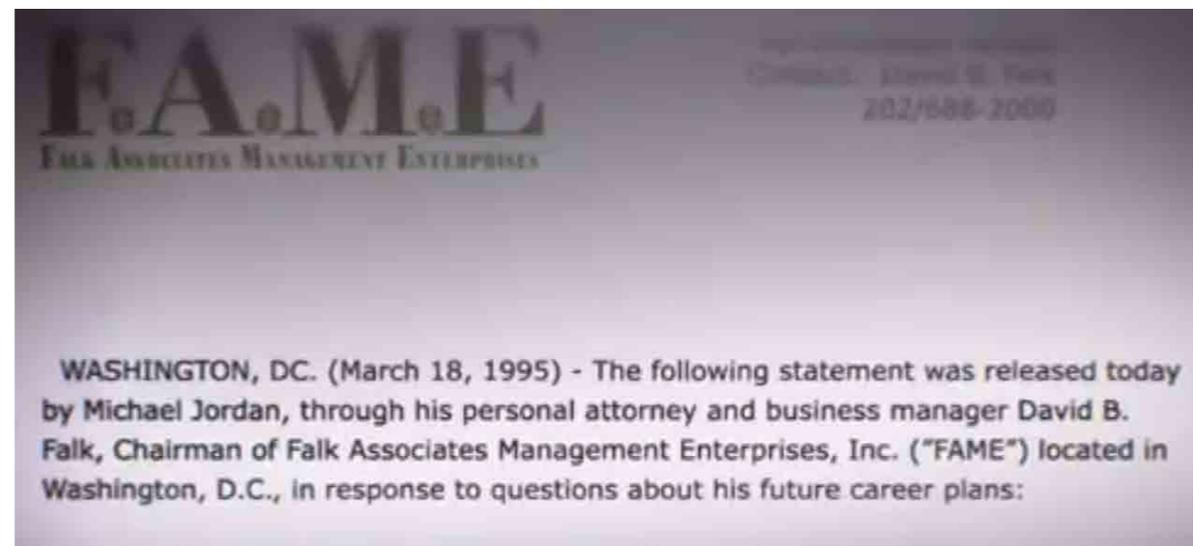
5. ¿Cuál será el canal de comunicación?

3 Spots para TV, Storytelling de 45 segundos.

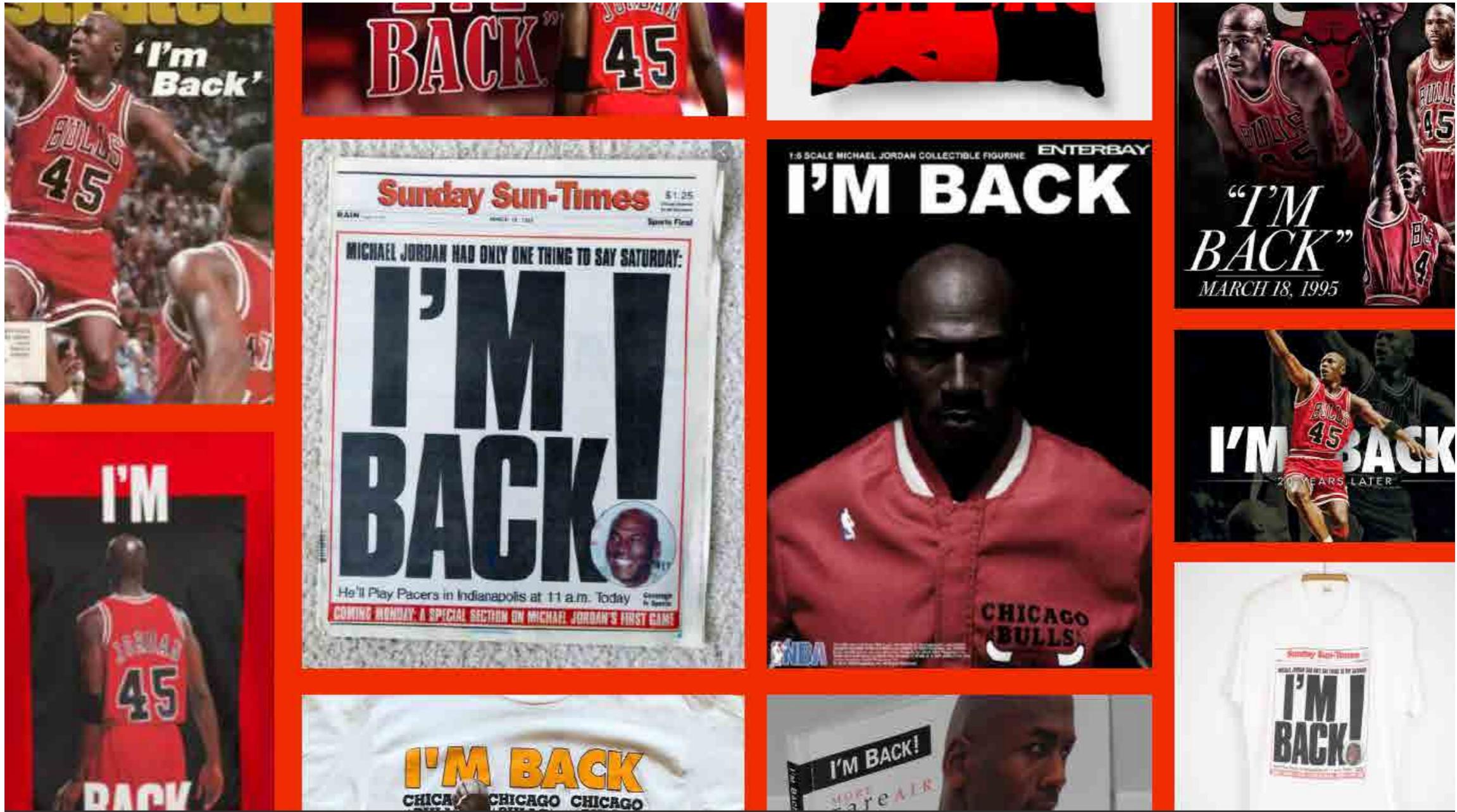
3 reels y contenido para redes sociales.

Principios de la redacción publicitaria

***DOS PALABRAS DICEN MÁS
QUE MIL IMÁGENES.***

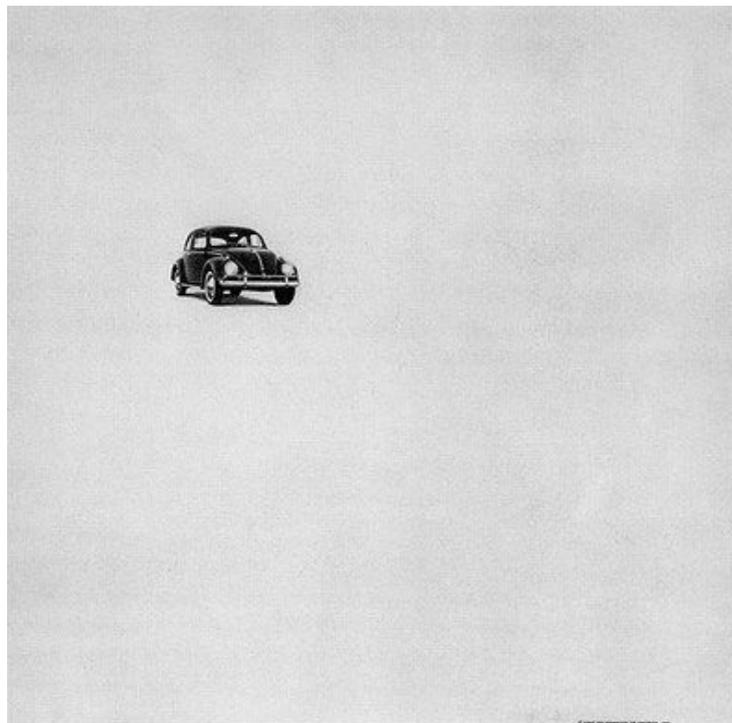


Principios de la redacción publicitaria



Principios de la redacción publicitaria

Beetle / Bill Berbach

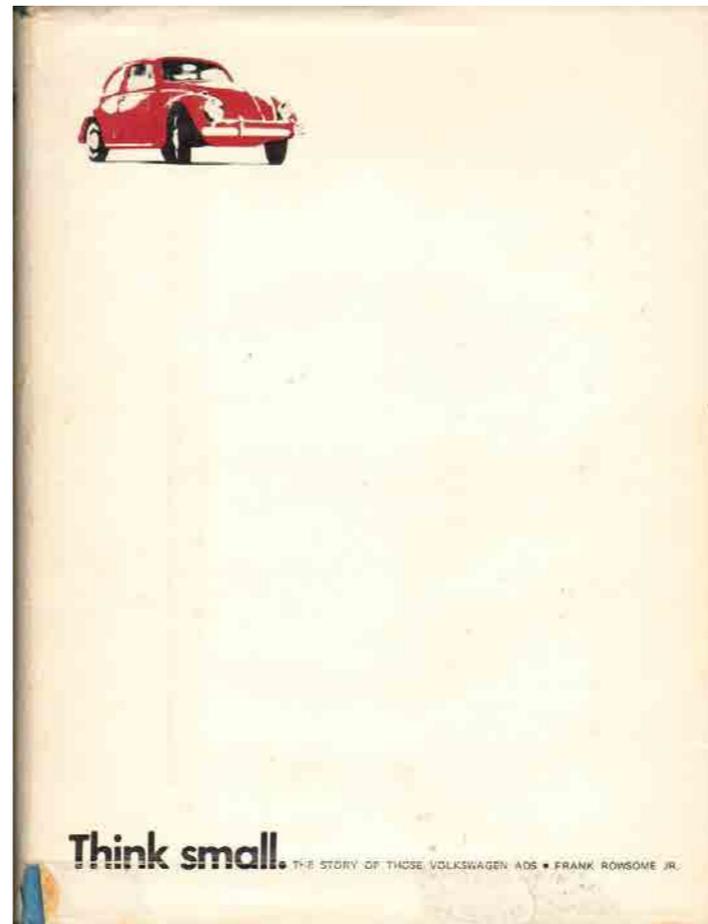


Think small.

Our little car isn't so much of a novelty any more.
A couple of dozen college kids don't try to squeeze inside it.
The guy at the gas station doesn't ask where the gas goes.
Nobody even stores at our shop.
In fact, some people who drive our little

Bever don't even think 32 miles to the gallon is going any great guns.
Or using five pints of oil instead of five quarts.
Or never needing anti-freeze.
Or racking up 40,000 miles on a set of tires.
That's because once you get used to

some of our economies, you don't even think about them any more.
Except when you squeeze into a small parking spot. Or renew your small insurance. Or pay a small repair bill.
Or made in your old VW for a new one.
Think it over.



Think small. THE STORY OF THESE VOLKSWAGEN ADS • FRANK ROHSOME JR.



*Década del 50 vender en el mercado norteamericano.
Ironía, humor y un toque provocador.
Aumentaron las ventas en un 23%.*

2.3: Redacción publicitaria

2.3.2: Técnicas de redacción publicitaria

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Proyecta el concepto de brief creativo y su importancia en la elaboración de una campaña publicitaria.
- Desarrolla la narrativa y el storytelling en para la campaña de publicidad

ACTIVIDADES PRÁCTICAS DE APLICACIÓN Y EXPERIMENTACIÓN / ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE AUTÓNOMO:

- Taller
- Compilado taller casos de estudio

Técnicas de redacción publicitaria

Empezar por **conversar** con los clientes, establecer el **briefing**.

Desde allí se extraen las **ideas** de lo que ellos mas o menos quieren decir.

Investigar a la marca en redes y seleccionar **palabras claves** empleadas.

¿**Qué** voy a decir?

¿**Cómo** lo voy a decir?

Técnicas de redacción publicitaria

Recomendaciones para para una buena redacción:

1. Hacer un listado de todas las palabras relacionadas con el proyecto.

Buscar sinónimos de palabras.

2. Estructura de comparación.

Escribir como se habla y pronunciar en voz alta.

3. El texto debe ser emocional y no muy informativo.

Mind mapping.

4. No emplear palabras negativas.

5. Evitar el plagio.

Técnicas de redacción publicitaria

Recomendaciones para para una buena redacción:

1. Hacer un listado de todas las palabras relacionadas con el proyecto.

2. Estructura de comparación.

3. El texto debe ser emocional y no muy informativo.

4. No emplear palabras negativas.

5. Evitar el plagio.

Redactar palabras y frases cortas, posteriormente, comparar con algo positivo; y, luego justificar el porqué de aquella comparación.

“es tan fácil como”

“es como - porque”

Técnicas de redacción publicitaria

2. Estructura de comparación.

*Usar un hermoso diseño de uñas, **es tan fácil como** ser vanidosa.*

*Pintarse las uñas **es como** ir donde tu mejor amiga, **porque** te relaja.*

*Ir a la estética de uñas **es como** ver una marathon de una serie, **porque** pasan las horas y no te das cuenta.*

*Emplear **frases populares**, que las personas **piensen** que las han **visto o escuchado** antes.*

Técnicas de redacción publicitaria

Recomendaciones para para una buena redacción:

1. Hacer un listado de todas las palabras relacionadas con el proyecto.

2. Estructura de comparación.

3. El texto debe ser emocional y no muy informativo.

4. No emplear palabras negativas.

5. Evitar el plagio.

“You Can Say Anything with a Smile”

“Find Your Greatness”

Técnicas de redacción publicitaria

Recomendaciones para para una buena redacción:

1. Hacer un listado de todas las palabras relacionadas con el proyecto.

2. Estructura de comparación.

3. El texto debe ser emocional y no muy informativo.

4. No emplear palabras negativas.

5. Evitar el plagio.

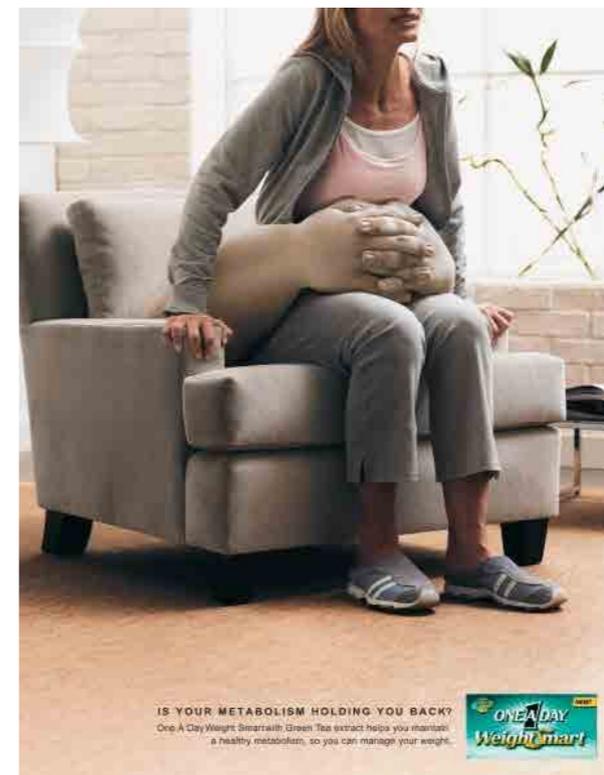
En caso de incendio no use el ascensor.

En caso de incendio utilice las escaleras.

Técnicas de redacción publicitaria

Recomendaciones para una buena redacción:

1. *Hacer un listado de todas las palabras relacionadas con el proyecto.*
2. *Estructura de comparación.*
3. *El texto debe ser emocional y no muy informativo.*
4. *No emplear palabras negativas.*
5. **Evitar el plagio.**



<https://www.joelapompe.net/>

ACTIVIDAD

Aplicar principios y técnicas de redacción publicitaria:

- *Trabajo en grupo.*
- *Elaborar listado de palabras relacionadas al emprendimiento.*
- *Elaborar frases muy cortas relacionadas al emprendimiento.*
- *Aplicar al estructura de la comparación para la elaboración de copy's publicitarios.*

TALLER 5

Aplicar principios y técnicas de redacción publicitaria:

- *Trabajo en grupo.*
- *Responda a las 5 preguntas relacionadas con la idea y concepto publicitario, enfocado en las 3 campañas.*
- *Aplique las 5 técnicas para una buena redacción del copy, enfocado en las 3 campañas.*
- *Incluir llamada a la acción al final, enfocada a las 3 campañas.*

Presentación próxima clase.