

B2.11 Haciendo una campaña publicitaria



- Planificar y llevar a cabo actividades comerciales y promocionales
- Discutir el impacto del marketing y la privacidad de los datos

La campaña publicitaria

El lanzamiento de un producto

El estudio de mercado

El buzoneo

La pancarta

La pegatina

Avisar

Hacer publicidad

Estar de promoción

El establecimiento

La mercancía

La distribución

El reparto

La clientela

El consumidor

El comercial

La etiqueta

Dar la vez

Echar un vistazo

Hacerse una idea

Ver escaparates

Perder clientes

Ganar clientes

Medir el impacto

El público objetivo

1. Escanea el código QR para ver el vídeo, o lee el texto. (QR: Audio)



El **buzoneo** sigue siendo una herramienta útil para dar a conocer un negocio local, como un restaurante, si se planifica bien. Antes de lanzar la campaña, conviene analizar la zona y el perfil del cliente para que el mensaje llegue al **público adecuado**. El objetivo suele ser aumentar la **notoriedad de marca** y comunicar **promociones**. Aunque muchos folletos se tiran, muchas personas los miran *rápidamente* y algunas incluso buscan información en internet.

1. ¿Qué condición se considera clave para que el buzoneo sea eficaz?

- | | |
|---|---|
| a. Estudiar el mercado y segmentar la zona antes de la campaña | b. Imprimir folletos más grandes que los de la competencia |
| c. Repartirlos solo en horas de comida para aumentar el impacto | d. Evitar cualquier oferta para no bajar el valor de la marca |

2. ¿Qué suele hacer la mayoría de la gente con los folletos que recibe?

- | | |
|--|---|
| a. Les echa un vistazo, aunque muchos terminen en la basura | b. Los ignora por completo y nunca los mira |
| c. Los comparte en redes sociales para recomendar el negocio | d. Los guarda siempre durante meses por si los necesita |

1-a 2-a

2. Gramática: Adverbios de modo: dolorosamente, admirablemente, así...



Los adverbios de modo indican cómo se realiza una acción.

1. Normalmente van después del verbo o al final de la frase.
2. El adverbio describe la acción (-> me llamó desesperadamente); el adjetivo describe la persona (-> me llamó desesperado)

Adverbio	Ejemplo
Perfectamente	El contrato quedó redactado perfectamente .
Desesperadamente	El cliente reaccionó desesperadamente ante la sanción.
Dolorosamente	El cliente aceptó dolorosamente la resolución.
Admirablemente	La abogada actuó admirablemente en el juicio.
Así	Yo pienso así : debemos revisar el expediente.

Algunos adverbios admiten **muy** cuando expresan grado -> muy severamente, muy claramente. No se usa con adverbios de medio -> *muy telefónicamente.

Cambio de significado del verbo: salir = irse de un lugar -> **salir mal** = tener un mal resultado.

Cambio de significado del verbo: tratar = hablar de un tema -> **tratar bien** = comportarse correctamente con alguien.

1. En la reunión de lanzamiento, el comercial explicó el plan de buzoneo _____, sin entrar en tecnicismos.
 a. claridad b. claro c. claramente d. claramenta
2. La agencia actuó _____ al retirar la pegatina de rastreo en cuanto detectó el problema de privacidad.
 a. admirablemente b. admirabilmente c. admirable
 d. muy admirablemente

1. claramente 2. admirablemente

Reescribe las frases (QR: IA+)



1. El contrato quedó redactado perfecto.

2. El cliente reaccionó desesperado ante la sanción.

3. La clienta aceptó dolorosa la resolución del juez.

Corrige el error

1. La abogada explicó la política de cookies muy telefónicamente.

La abogada explicó la política de cookies muy claramente.

2. En la campaña, segmentamos doloroso al público por datos.

En la campaña, segmentamos dolorosamente al público por datos.

1. *La abogada explicó la política de cookies muy claramente.* **2.** *En la campaña, segmentamos dolorosamente al público por datos.*

3.Ejercicios

1. Relaciona cada palabra con su significado.

- | | |
|---------------------|--|
| a. medir el impacto | 1. Que la clientela se vaya dolorosamente por mala atención o competencia. |
| b. hacer publicidad | 2. Promocionar un producto de forma clara y efectiva en varios canales. |
| c. perder clientes | 3. Analizar con datos si la campaña funcionó en ventas o notoriedad. |

a-3 b-2 c-1



2. Nota interna: campaña de lanzamiento y privacidad de datos (QR: Audio)



Rellena los huecos: avisar, campaña publicitaria, medir el impacto, estudio de mercado, dolorosamente, buzoneo

De: Dirección de Marketing

Asunto: Campaña de lanzamiento - plan y cumplimiento

Para el lanzamiento del nuevo servicio proponemos una (1) _____ mixta: anuncios en redes, cartelería en el establecimiento y (2) _____ en dos barrios. El público objetivo son profesionales de 30 a 50 años; antes de cerrar las creatividades haremos un (3) _____ rápido para hacernos una idea de qué oferta atrae más a la clientela. El equipo comercial coordinará la distribución con la empresa de reparto y revisará la etiqueta legal de cada pieza.

En paralelo, debemos (4) _____ : visitas a la web, llamadas y conversiones por zona. Atención a la privacidad: no se recogerán datos personales sin consentimiento expreso y el retargeting se limitará a usuarios que lo hayan aceptado claramente. Si un cliente pide baja, hay que (5) _____ al proveedor y registrar la solicitud inmediatamente; en la auditoría anterior este punto se gestionó (6) _____ tarde y se perdieron oportunidades de ganar clientes.

1. Qué medidas concretas propone el texto para evaluar la campaña y proteger la privacidad, y qué riesgo menciona si no se gestionan bien las bajas?

3. Escucha el fragmento de audio y elige la respuesta correcta. (QR: Audio)

1. Van a evaluar los resultados de la publicidad teniendo en cuenta el lugar y la hora en que se muestran los anuncios.
2. Para personalizar la campaña, han decidido seguir de forma individual el comportamiento de cada consumidor con el móvil.
3. El objetivo principal es evitar perder clientes reduciendo los precios en tienda.

Verdadero Falso

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



4. Elige la solución correcta

1. Si hubiéramos tenido acceso a los datos de ventas, _____ el impacto de la campaña publicitaria con más claridad.
a. *habríamos medir* b. *habíamos medido* c. *mediríamos*
d. *habríamos medido*
 2. Con una segmentación mejor, _____ al público objetivo con más eficacia del lanzamiento del producto.
a. *habríamos avisado* b. *avisaríamos* c. *habíamos avisado*
d. *habríamos avisar*
 3. Si el comercial nos hubiera pasado el informe a tiempo, _____ el impacto de la promoción admirablemente.
a. *medimos* b. *habríamos medido* c. *hubiéramos medido*
d. *habremos medido*
1. *habríamos medido* 2. *habríamos avisado* 3. *habríamos medido*

5. Juego de rol - diálogos (QR: Audio)

Reunión rápida: campaña y privacidad

Laura (Marketing): *Para el lanzamiento del nuevo servicio, la campaña publicitaria irá fuerte en redes y también haremos buzoneo en los barrios donde está nuestro público objetivo; así esperamos ganar clientes rápido.*

Javier (Legal/Compliance): *Cuidado con el buzoneo si usamos datos de terceros: necesitamos una base legal y una opción clara para darse de baja; si no, podemos perder clientes por la mala imagen.*

Laura (Marketing): *De acuerdo, cambiamos el enfoque: haremos un estudio de mercado con encuestas anónimas y segmentación por contexto, no por perfiles; además la pegatina con QR llevará el aviso de privacidad.*

Javier (Legal/Compliance): *Perfecto. En la pancarta y en la etiqueta digital evitemos promesas absolutas; si estáis en promoción, que se vea bien la duración y las condiciones.*



Laura (Marketing): *Hecho: lanzamos un piloto de dos semanas, medimos el impacto por leads y conversiones, y si la clientela responde bien, ampliamos la distribución.*

1. ¿Qué cambios propone Javier para que la campaña cumpla con la normativa de privacidad y por qué?
-

6. Hablar: traducir y responder (QR: IA+)

Yo lo plantearía así: ... / El objetivo de la campaña sería ... / Habría que medir el impacto de forma ...



1. Tu empresa va a lanzar un nuevo producto en España: ¿qué tipo de campaña publicitaria propondrías y a qué público objetivo la dirigirías?
-
2. ¿Cómo medirías el impacto de una acción promocional sin invadir la privacidad de los consumidores (por ejemplo, con datos online o reparto de folletos)?
-

7. Escritura: Email (QR: IA+)

Asunto: Campaña de lanzamiento - materiales y segmentación

Hola, Marta:

Para el **lanzamiento** de la nueva línea ya tenemos el **estudio de mercado** y una primera idea del **público objetivo**. La agencia propone una **campaña publicitaria** con escaparates, una **pancarta** en la calle y **buzoneo** con un cupón. También piden usar nuestra base de datos de la **clientela** para enviar una promo por email y medir el impacto.

¿Te parece bien el buzoneo o prefieres algo más digital? Y sobre los datos: ¿podemos usarlos tal cual o hay que avisar/limitar el envío?

Gracias,

Lucía (Marketing)



Escribe una respuesta adecuada: *Desde mi punto de vista, lo más eficaz sería... / Me preocupa especialmente el tema de los datos: habría que... / Si te parece, podemos medir el impacto así...*

Verbos importantes

Avisar (*avisar*)

Condicional perfecto

habría avisado

habrías avisado

habría avisado

habríamos avisado

habríais avisado

habrían avisado

Medir (*medir*)

Condicional perfecto

habría medido

habrías medido

habría medido

habríamos medido

habríais medido

habrían medido