

# Pubblicità

## Definizione pubblicità

Con il termine pubblicità si intende quella forma di comunicazione di massa usata dalle imprese per creare consenso intorno alla propria immagine, con l'obiettivo di conseguire i propri obiettivi di marketing. La caratteristica principale della comunicazione pubblicitaria è di diffondere messaggio a pagamento attraverso i mass media. L'obiettivo è che il consenso si trasformi in atteggiamenti o comportamenti positivi da parte del pubblico o consumatore che non consistono solo o semplicemente nell'acquisto del prodotto o servizio. La pubblicità informa, persuade, seduce il pubblico ed è ritenuta corretta se fidelizza l'utente finale in base a principi civili e umanizzanti.

## Campagna pubblicitaria

Per **campagna pubblicitaria** s'intende una serie coordinata di messaggi pubblicitari che, veicolati attraverso uno o più media, mirano a raggiungere un obiettivo prefissato.

Una campagna pubblicitaria ottiene risultati migliori rispetto a un insieme sordinato di annunci, in quanto tutti i messaggi comunicano una stessa idea, sono ben coordinati tra loro e mirano a uno stesso obiettivo.

Una campagna pubblicitaria può venire realizzata a vari livelli:

- **livello visivo:** una tecnica molto usata è quella di usare uno stesso personaggio (*testimonial*) reale, di fantasia o a cartoni animati, che appare in tutti i messaggi pubblicitari.

- **livello uditivo:** un suono particolare, una canzone, un rumore, un ritornello ripetuti nei vari messaggi possono caratterizzare una campagna radiofonica o televisiva rendendola *unica* e facilmente riconoscibile da parte del pubblico.

- **livello di slogan:** uno slogan, o come si usa dire in pubblicità "claim", una parola o una breve frase, pronunciati o scritti nei comunicati, possono essere molto efficaci nell'unificare la campagna pubblicitaria.

- **livello di stile e di atteggiamento:** essi dovrebbero essere caratterizzati da uno stile e un atteggiamento comuni nei confronti del pubblico. Si può adottare uno stile sobrio per tutti i messaggi, o al contrario, puntare all'eccesso di tutte le espressioni visive e uditive.

La pianificazione e la realizzazione della campagna possono essere affidate a un'agenzia pubblicitaria oppure, nel caso grandi imprese, a un reparto pubblicità, ossia marketing, in-house. Alla realizzazione di una campagna pubblicitaria collaborano anche una serie di fornitori esterni di servizi: dal tipografo al web designer allo studio di registrazione. La scelta del servizio dipende da quella del media.

## Campagna Commerciale

La **campagna commerciale** ha lo scopo di promuovere atteggiamenti positivi rispetto a specifici prodotti o servizi, con l'obiettivo di aumentare la propensione all'acquisto.

### Campagna commerciale, cosa offriamo

È sicuramente la forma di pubblicità più diffusa e che può servirsi sia dell'utilizzo di media tradizionali che di nuovi media. Per questo motivo si preferisce scegliere strategie di

**comunicazione integrata** prevedendo la collaborazione tra nuovi e vecchi sistemi ed implementando la capacità di espansione del messaggio attraverso la traduzione di diversi linguaggi (testo, immagini, suono, ecc.) in un unico codice. In pratica, si provvede alla **digitalizzazione** dei diversi linguaggi dando la possibilità di poter raggiungere diversi formati (tablet, smartphone, etc...) che possano interagire tra di loro e permettere a contenuti differenti di fluire liberamente da uno strumento elettronico all'altro o anche in uno stesso strumento.

## **Pubblicità sociale**

La **Pubblicità Sociale**(o **campagna di utilità sociale**) è quella forma di pubblicità che sfrutta le proprie caratteristiche principali con lo scopo di sensibilizzare l'opinione pubblica su problematiche di carattere morale e civile riguardanti l'intera comunità. In Italia la pubblicità sociale è stata introdotta nel 1971 grazie alla fondazione di pubblicità progresso e alla realizzazione della campagna a favore della donazione del sangue. I successi raggiunti dalle campagne dell'associazione nei suoi primi anni di vita hanno fatto sì che altri enti non governativi ne seguissero l'esempio. Alcune di queste iniziative sono state patrocinate dalla stessa Pubblicità Progresso.

Fonte: wikipedia