

BANNER

FAF1DC

AD·BECEDARIO

Anuncio publicitario pautado en internet. No posee un formato específico y su principal objetivo es re direccionar a la página web del anunciante.

BARTERING

F1C460

AD·BECEDARIO

Proceso de intercambio en cual dos partes llegan a un acuerdo para el intercambio directo de productos o servicios. Un anunciante puede negociar con una cadena de televisión a cambio de un tiempo al aire en uno de sus programas.

BTL BELOW THE LINE

F7D683

AD·BECEDARIO

Se refiere a la publicidad que se realiza a través de formas comunicativas no masivas dirigidas a un segmento específico. Consiste en la generación de novedosos canales para comunicar de manera creativa y llamativa el mensaje, buscando en la mayoría de los casos generar una interacción.

BODY COPY
F6DF9E

AD-BECEDARIO

Refiere a la parte principal del texto de una publicidad (distinto de logo, titular o subtítulos) que provee la información crucial y da el sentido a la pieza.

BOUTIQUE CREATIVA
F7E7B2

AD·BECEDARIO

Tipo de agencia publicitaria que se especializa en ofrecer servicios creativos dejando de lado otros servicios. En muchas ocasiones sirven de apoyo a agencias grandes.

BRAINSTORMING

F9DCB2

AD·BECEDARIO

Técnica para fomentar la creatividad y la innovación que consiste en la realización de una lluvia de ideas.

BRANDING

FFD896

AD·BECEDARIO

Es la planeación y cuidado de todos los aspectos que tienen que ver con una marca (incluida su imagen y su posicionamiento) para lograr una armonía que se transmita al consumidor. También comprende el proceso de construcción de una marca.

BRIEFING

ECC34E

AD·BECEDARIO

Documento vital que sirve como punto de partida estratégica para realizar una campaña, recopila información acerca de la marca, metas y objetivos a cumplir, análisis del mercado, competencia, posicionamiento actual y deseado, target, presupuesto y condicionantes, etc.

BRIEFING CRETIVO

F6A95D

AD·BECEDARIO

Documento derivado del briefing que recopila la información necesaria para iniciar el proceso creativo. Generalmente es un texto corto que especifica el objetivo, el target, la promesa principal, reason why, medios a pautar y condicionantes, entre otros.

CTA CALL TO ACTION

EC8843

AD·BECEDARIO

Herramienta importante que tiene como principal función llevar al target de la pieza que está viendo al siguiente paso en el funnel de ventas, ya sea redes sociales, pagina web, entre otros.

CASH AND CARRY

EC8633

AD·BECEDARIO

Fórmula comercial donde un mayorista, que nunca vende el producto a un consumidor final, comercia con un minorista que se desplaza hasta el establecimiento donde elige los productos que necesita, los paga y los transporta. El minorista debe tener una tarjeta que lo acredite como tal.

CENTRAL DE MEDIOS

EC6D3E

AD·BECEDARIO

Son empresas encargadas de la compra masiva de los espacios y los tiempos publicitarios, para revenderlos a las agencias o anunciantes como un servicio de planificación de medios. También ofrecen servicios de asesoría para la elección de medios.

CVP
EC6D3E

AD·BECEDARIO

CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO. Dividido en cuatro etapas (introducción, crecimiento, madurez y declive) refiere a la medición y evaluación de ventas de un producto determinado durante el tiempo que permanece en el mercado.

CO-BRANDING

F39058

AD-BECEDARIO

Estrategia que consiste en el establecimiento de alianzas entre marcas o personalidades para el lanzamiento o promoción de un determinado producto o servicio.

COMMODITY

F39F7F

AD·BECEDARIO

Refiere a un tipo de bien o producto que es elaborado en masa o cuyo nivel de diferenciación o especialización es bajo, existen enormes cantidades iguales en la naturaleza o el mercado.

COMPETENCIA DIRECTA

F39F7F

AD-BECEDARIO

Refiere a todas aquellas marcas o empresas que venden un producto igual o casi idéntico al nuestro.

Estas marcas o empresas se encuentran en el mismo mercado y buscan llamar la atención del mismo target que el de nuestra marca.

COMPETENCIA HORIZONTAL

F6BCB2

AD·BECEDARIO

Refiere a todas aquellas marcas o empresas que se encuentran al mismo nivel, pertenecen al mismo sector o a una misma línea de negocio.

COMPETENCIA VERTICAL

F39284

AD·BECEDARIO

Refiere a todas aquellas marcas o empresas que pertenecen a distintas fases de distribución dentro del propio sector.

CONTRABRIEFING

F17F74

AD·BECEDARIO

Consiste en la réplica que da la agencia de publicidad al departamento de marketing luego de haber recibido y analizado el briefing. Generalmente en el contrabriefing tiene por objetivo completar o replantear la información, añadiendo nuevos datos vitales para la elaboración de una campaña.

CPC
F17F74

AD·BECEDARIO

COSTE POR CLIC. Refiere a un modelo de compra de publicidad online, en el cual el anunciante paga por el número de veces que un anunciante interactúa haciendo un clic, en vez de pagar por el número de veces que su anuncio aparece.

CPL
E93942

AD-BECEDARIO

COSTE POR LEAD. Refiere al coste a pagar por conseguir un lead o cliente potencial. El usuario se convierte en un lead cuando su visita proporciona suficiente información para convertirse en un cliente potencial.

COSTE POR VENTA

E73733

AD·BECEDARIO

PPS O COSTE POR PEDIDO PPO.

Refiere a un método de facturación online, donde un anunciante paga cuando consigue una venta de su producto.

AD·PÚBLICO

CD2028

AD·BECEDARIO

Medio de difusión académica y disciplinar del Programa de Publicidad de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.

CEM
AF2C33

AD·BECEDARIO

GESTIÓN DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE.

CRM

7B202D

AD·BECEDARIO

GESTIÓN DE LA RELACIÓN CON CLIENTES.

CREATIVO

B03451

AD·BECEDARIO

persona que genera o aporta ideas para una
campaña publicitaria.

DIGITAL SIGNAGE

CE4966

AD·BECEDARIO

Refiere a la señalización digital dinámica o multimedia que consiste en el uso de contenidos digitales en pantallas monitores LCD, pantallas plasma o paneles LED. Esta tecnología empieza a reemplazar el cartel tradicional, brindando nuevas opciones para los anunciantes.

DEMON
DB6688

AD-BECEDARIO

DECISIÓN MAPPING VIA OPTIMUN NETWORKS.

Lo que en un principio se creó para analizar y optimizar el presupuesto publicitario, se convirtió en un instrumento para analizar los distintos componentes del marketing implicados en la comercialización de un nuevo producto.

DEMANDA AGREGADA

F5A3BF

AD·BECEDARIO

Suma de las demandas individuales de un mercado determinado.

DIORAMA
F5A3BF

AD·BECEDARIO

Exhibidor de dos o mas dimensiones, a veces iluminado, para publicitar en el punto de venta.

DIRECT MARKETING

F5A3BF

AD·BECEDARIO

Sistema interactivo que utiliza uno o mas medios para lograr una respuesta medible.

DIRECCIÓN REACTIVA

F5A3BF

AD·BECEDARIO

O Reactiv Management es la que sólo diseña las estrategias de marketing para responder a las acciones de la competencia o a los cambios del entorno, pero que no se anticipa a los mismos.

ATL
FECF08

AD·BECEDARIO

Se refiere a toda la publicidad que se realiza a través de medios publicitarios tradicionales con la finalidad de tener el mayor alcance posible. Entre los medios usados en las estrategias ATL incluye televisión, radio, cine, revistas, prensa y publicidad exterior usada de manera convencional.