

Tipos de compras de publicidad en los medios de comunicación

Los comerciales se compran a través de diferentes medios de comunicación como la televisión, radio, cable, periódicos, digital, y otros. El proceso incluye negociar los precios con los representantes de ventas y escoger la programación correcta para usted.

Tipos de anuncios comerciales:

Televisión

Las compras en las cadenas de televisión (ABC, CBS, NBC, FOX, CW y los canales públicos) se ven en los hogares con suscripciones.

Los anuncios de televisión se compran para que se vean durante horarios específicos. Por ejemplo, This is Us on Tuesday de 8p-9p CST.

Los horarios se dividen durante el día, temprano por la mañana, mañana, medio día, tarde y noche. Hay 2 tipos de anuncios, :30 segundos y :15 segundos. La hora del día, la calidad del anuncio y el número de televidentes afecta el precio de cada anuncio.

Cable

Las compras de publicidad hechas en los canales de cable (como Telemundo, Univisión, HBO, etc.) se dividen por el código postal de cada mercado. Los televidentes con suscripciones a ese proveedor son los únicos que verán su anuncio. Por ejemplo, si hace una compra a través de Comcast, los televidentes de DirectTV no verán su anuncio.

Las compras de publicidad en cable usualmente reservan un bloque de programación, por ejemplo 6 a-12m. De esta manera el proveedor puede transmitir su anuncio a un precio más barato. Duran el mismo tiempo que los anuncios de televisión, entre :30 y :15 segundos. Los precios dependen de la hora, el tipo de anuncio y la cantidad de televidentes.

Radio

Los anuncios en la radio usualmente se transmiten entre :15 y :30 segundos. Pero también se pueden ser más largos, :60 segundos. Las compras de publicidad en la radio se hacen para las audiencias locales, por ejemplo: AM y FM. Los anuncios se dividen dependiendo de la hora del día: mañana, medio día, tarde, noche y fin de semana. La audiencia de cada estación puede oír su mensaje. Los precios dependen de la hora, el tipo de anuncio y audiencia.



Streaming en Radio

Estas compras publicitarias se hacen a través de proveedores de radio digital, por ejemplo: Pandora, Spotify, y estaciones locales. Se compran en bloque de día entero (6 a-12m) porque la audiencia escucha durante el día. Estos anuncios usualmente duran entre :15 y :30 segundos. Pero también se pueden hacer compras de :60 segundos.

Anuncios impresos

Puede comprar anuncios impresos de varios tamaños y en distintas partes de periódicos y revistas. El precio depende del tamaño, color y ubicación del anuncio. También depende de la circulación del diario. Los tamaños usualmente son de 1 página completa, 1/2 página y 1/4 de página.

Digitales en línea

Las compras de publicidad en línea se hacen en sitios web, aplicaciones, teléfonos inteligentes o tabletas. Los anuncios de banners (carteles) pueden ser animados o fijos. Se pueden utilizar diferentes plataformas informáticas como computadoras, tabletas y teléfonos celulares. El precio depende de cuantas personas van a ver el anuncio y el tipo de producción.

OTT

Los anuncios a través de OTT (OvertheTop) son los comerciales de televisión y/o cine transmitidos a través del Internet (aunque el consumidor no tenga suscripción de cable). Por ejemplo: AppleTV, Roku, Amazon, aplicaciones televisores inteligentes, etc. Estos comerciales no se pueden pausar ni avanzar. Los consumidores ven el anuncio completo. Usualmente duran :15 o :30 segundos y el precio depende de cuantas personas vean el anuncio.

VOD

VoD (Video onDemand) es interactivo y permite realizar compras de películas, documentales, series, etc. La audiencia seleccionada tiene una suscripción de cable. Es posible que se puedan avanzar los comerciales en algunos programas. El precio depende de cuantas personas van a ver el anuncio y usualmente duran entre :15 y :30 segundos.



OUT-OF-HOME

Out-of-Home (OOH) El objetivo es alcanzar a los consumidores fuera de los hogares, a través de anuncios en el cine, aeropuertos, paradas de autobús y vallas publicitarias. Estas compañías requieren un contrato de 4 semanas como mínimo. El precio del anuncio depende del lugar y de la cantidad de personas que lo van a ver.

Tipos de compras de publicidad

