

Gabriel Olamendi

## STREET MARKETING

El Street Marketing son todas aquellas acciones publicitarias y comunicativas que se efectúan en la calle o en espacios comerciales mediante técnicas no controladas por las compañías de medios para intentar generar impactos en los consumidores de forma diversa.

Los anunciantes no dudan en ir al encuentro de sus clientes, de forma directa, allá donde se encuentren. Y se aproximan a ellos con folletos, demostraciones, animaciones, juegos, estructuras inflables, publicidad exterior,... de manera original, en un lenguaje alternativo y provocando una reacción emocional

Su interés es conseguir la atención de los Clientes que les interesan, con el mensaje adecuado, en el momento oportuno.

### Reglas del Street Marketing

- 1) Identificar los lugares públicos de encuentro del público objetivo (playas, recintos universitarios, eventos culturales, cercanía de almacenes,...) a fin de mantener una acción perfectamente programada (lanzamiento de un nuevo producto,...)
- 2) Transmitir un sentimiento positivo de proximidad y de simpatía con un plan bien argumentado.
- 3) Provocar que el evento interese a los diferentes medios.
- 4) El Street Marketing se inscribe dentro de un marco de comunicación global, unido a las diferentes acciones clásicas (televisión, radio, prensa,...)
- 5) El buzz-marketing es parte de su éxito.
- 6) El marketing efectivo no requiere gastar más que la competencia para triunfar. Simplemente, hay que vencerla en la calle con un planteamiento acertado.

### Ventajas

- a) Es ideal para empresas que quieran crear una gran impresión con un presupuesto limitado.
- b) Mientras que las empresas grandes regalan en estos casos unidades de producto gratuitas, las empresas pequeñas pueden, en cambio, promover servicios.
- c) Herramienta muy válida para llegar a subgrupos ignorados por la competencia.
- d) Clara identificación de la marca en comparación con la inserción de un anuncio en prensa, spot en televisión,... en donde se compite con otros anunciantes.
- e) Adaptación del mensaje explicativo en cada caso concreto.
- f) Permite mantener un contacto directo e interactivo con la calle.

En resumen, el Street Marketing abarca todas las campañas de promoción de una marca desarrolladas en el medio urbano.

© Gabriel Olamendi  
• • •