

Gabriel Olamendi

PLAN DE MEDIOS

Un Plan de Medios es una parte del Plan de Publicidad (desarrollado en base a objetivos de Marketing) que tiene como fin la exposición cuantificable y medible del alcance, frecuencia y presupuesto de una Campaña Publicitaria, delimitado a cierto periodo de tiempo.

Factores que afectan a la elección de medios:

Factores de marketing

1.- *La población objetivo*

- La elección del medio y soporte deberá por tanto realizarse teniendo en cuentas las características de la población objetivo y la idoneidad del medio para ella.

2.- *El producto, servicio o idea*

- Este factor lleva aparejados varios elementos en sí como son el carácter estacional de su consumo, el ritmo de compra del producto, las cualidades que sean de demostrar,...

3.- *La zona geográfica*

- Si se venden en todo el territorio nacional o en sólo en regiones.

4.- *La distribución o intermediarios*

- Según el tipo de distribución elegido por la empresa.

Factores de orden publicitario

- Es muy importante que los Departamentos de Creación y Medios trabajen juntos para crear el mejor anuncio en el mejor medio, y esto debe suceder en las primeras etapas de la planificación.

a) *Según la naturaleza del objetivo publicitario.*

- ✓ Por ejemplo: Favorecer la distribución de un producto, a través de los mayoristas → es mucho más económico y eficaz, la utilización de la publicación directa antes que una campaña de publicidad.

b) *Según la naturaleza del mensaje publicitario.*

- ✓ Con el medio que mejor se ajuste mejor a la transmisión del mensaje.

El presupuesto

- *Cómo se debe fijar.*

[Sigue](#)

(Páginas 3)