

Los medios y la publicidad se renuevan para ofrecer al anunciante la posibilidad de llamar la atención y aunque la estrategia se consolide y se haga común, una buena pieza siempre va a impactar.

Luis La Rosa y Ramón Valery directores de Publicidad Alternativa



estrategia para "rodar y rodar"

El crecimiento y diversificación del mercado han permitido la creación de nuevas formas de exponer los productos, aquí, una muestra de la evolución que han tenido un par de empresas dedicadas a innovar para vender.

publicidad y medios alternativos

Por Marina Bravo de Marín

En los últimos años los baños públicos, discotecas y hasta el piso de las estaciones del metro se han llenado de mensajes de publicidad exterior, y cualquier espacio en la calle se convierte en medio alternativo. Sin embargo, la publicidad sobre ruedas es, de las nuevas opciones, la más usada.

Desde hace poco más de dos años el paisaje caraqueño y de otras ciudades del país experimentaron un interesante cambio. Los deteriorados y desapercibidos autobuses cobraron vida. Numerosas vallas rodantes aparecieron mediante la rotulación de estas unidades con mensajes publicitarios que sorprendieron a transeúntes y conductores.

Esta nueva forma, parcialmente sustituyó a los conatos de "roto-vallas" que en intentos algo incipientes buscaban la evolución y creación de nuevos medios y nueva publicidad. Hasta entonces en Venezuela habían aparecido algunos camiones con performances, piezas tridimensionales o vallas en una plataforma trasera que no duraba mucho tiempo y respondía a promociones puntuales.

A través de una referencia estadounidense y europea, la sistematización del negocio y la evolución de la impresión pusieron a la orden del día una alternativa que hizo "boom" y trajo consigo otros beneficios. Los conductores tenían una forma de financiar sus unidades, la garantía de su limpieza y buen funcionamiento era una realidad.

Cuando el "boom" se consolida

Luis La Rosa y Ramón Valery, directores de la empresa Publicidad Alternativa mencionaron la importancia de este nuevo medio. "Una de las cosas más atractivas es su efectividad por la gran cantidad de personas que pueden visualizar una pieza durante un día. Cada una tiene una ruta que puede definir el target al cual se dirige el mensaje" explicó Valery. Pero el tiempo pasa y el impacto que tenían los autobuses hace un par de años ha cambiado, ¿qué están haciendo las empresas que rotulan autobuses para manejar la situación actual? Según Valery este medio se ha consolidado, quizás ya está dejando de ser una novedad pero son cada vez más los anunciantes que buscan espacios en los autobuses "Ya contamos con 220 unidades en todo el país, pensar que los autobuses rotulados han perdido impacto sería como pensar que las vallas han perdido vigencia" acotó La Rosa.