



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE HIDALGO

**Instituto de Ciencias Económico
Administrativas**





- Área Académica: Mercadotecnia
- Asignatura: Publicidad y comunicación comercial
- Tema: Publicidad online
- Profesor(a): Isssel Melo Campa
Omar Guerrero Hernández
- Periodo: Enero - Junio 2020





Abstract

Native advertising is defined as advertising that adapts to the design and formats of the site in which it is published, has an appearance of content, rather than advertising. It is intended that the user access the advertisement derived from the desire to be informed, rather than to buy a product or service. The main objective of native advertising is to counteract the saturation effect that consumers of digital information feel.

Keywords: Native advertising, content, digital information



Resumen

La publicidad nativa se define como la publicidad que se adapta al diseño y los formatos del sitio en el que se publica, tiene una apariencia de contenido, en lugar de publicidad. Se pretende que el usuario acceda al anuncio derivado del deseo de estar informado, en lugar de comprar un producto o servicio. El objetivo principal de la publicidad nativa es contrarrestar el efecto de saturación que sienten los consumidores de información digital.

Palabras clave: Publicidad nativa, contenido, información digital



Objetivo general

Conocer la importancia de las nuevas técnicas de publicidad en las diversas plataformas on line, para establecer una comunicación comercial más asertiva con el mercado al que se dirigen las marcas.



Objetivos específicos

- Conocer que es la publicidad nativa
- Identificar su método de aplicación
- Conocer las principales plataformas de uso

¿Qué es la publicidad nativa?

Es una formato de publicidad on line en medios pagados, que se adapta en forma y funcionalidad al entorno digital en el que aparece, permitiendo impactar al usuario de una forma menos intrusiva que con la publicidad tradicional, mediante el diseño de contenido.



La publicidad nativa se integra de manera fluida dentro de la experiencia de navegación del usuario



Imagen disponible en https://www.google.com/search?q=imagenes+publicidad+nativa&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwIMouyn74zqAHUJPaoKHallHBewQ_AUoAXoECAwQAaw#imgrc=aNV9YoOpPAUsmM

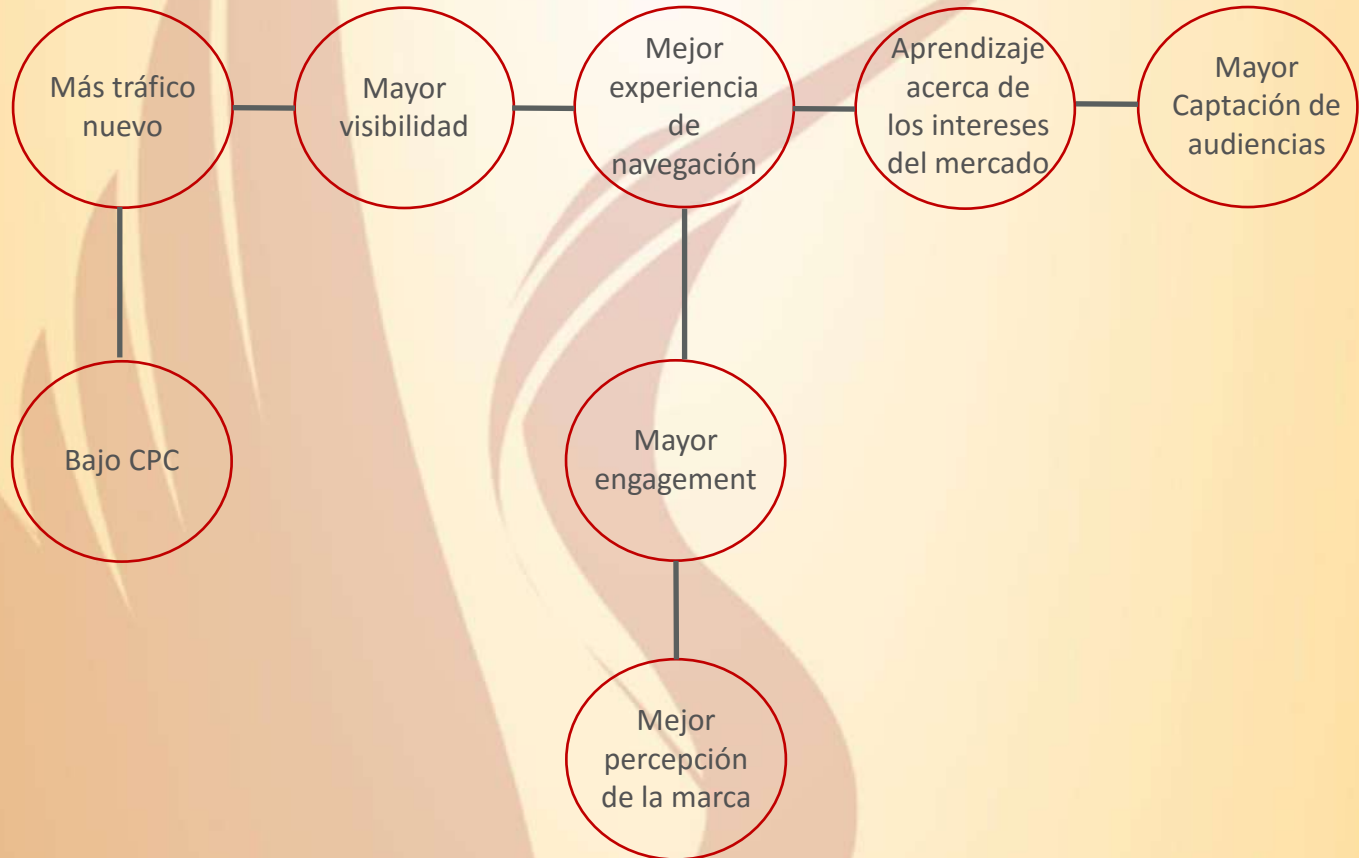
Ejemplo: Ofrecerle un contenido similar al que acaba de leer el usuario y que por tanto podría interesarle.

Ventajas

En lugar de invadir al usuario para reclamar su atención, ofrece contenido que realmente le interesa de acuerdo a sus criterios de búsqueda e intereses demostrados en la red.

Aunque esté etiquetada como publicidad intrusiva, no genera una reacción de rechazo y por lo tanto el mercado no evita este contenido.

Impacto de la publicidad nativa



Fuente: elaboración propia, 2020.

Formatos

Branded Content

Contenido creado y publicado por terceros y patrocinado por la marca

Post patrocinados de los influencers

Native Display Ads

Publicidad promocional adaptada 100% a su entorno

Contenido patrocinado

Content Ads

Contenido patrocinado por la marca que se muestra como lectura sugerida en medios editoriales y blogs

Lectura sugerida en medios editoriales y blogs

METODOLOGÍA

Generar contenido claro comunicación

Seguir los resultados de cerca y utiliza retargeting

Narrativa storytelling / storydoing

Estudiar cuidadosamente la audiencia en cada plataforma

Elegir la plataforma de vehículo tomando como base al mercado

Bibliografía

- Jiménez, C. (2019). *Clientes Globales*. México: Profit Editorial.
- VV.AA. (2016). *Marketing Digital. Mobile Marketing, SEO Y Analítica Web*. México: Anaya Multimedia.

