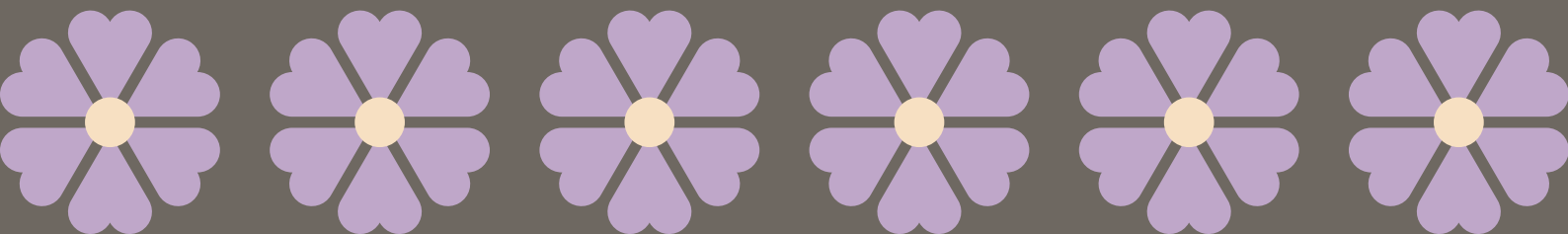




Agencias de Publicidad

**Departamentos, funciones y
como se trabaja**





Una agencia de publicidad es compleja como cualquier empresa, posee varios departamentos con muchos puestos jerárquicos. A continuación, se ofrece un breve resumen sobre el interior de una agencia de publicidad y los pasos a la hora de realizar una campaña publicitaria:

CONTENIDOS

1 DEPARTAMENTOS

DEPARTAMENTO DE CUENTAS

DEPARTAMENTO CREATIVO

DEPARTAMENTO DE MEDIOS

2 PASOS DE UNA CAMPAÑA



DEPARTAMENTOS

1

DEPARTAMENTO DE CUENTAS

Son los encargados de tratar con el cliente. Se les podría considerar los “comerciales” de la empresa. Captan, mantienen y buscan la felicidad del cliente (y la de la agencia). También, representan a la agencia ante el cliente.

DEPARTAMENTO CREATIVO

Llevan a cabo la campaña a nivel creativo, es decir, qué se va a decir, qué se quiere dar a entender, cómo se quiere dar a entender el mensaje...Dentro del departamento creativo encontramos:

DIRECTOR CREATIVO

Supervisor del departamento marcando las directrices de la campaña y controlando la labor de su equipo para que todo marche como es debido.

DIRECTOR DE ARTE

E aporta recomendaciones, detalles técnicos...



DEPARTAMENTOS

COPY

Elaboran el texto o eslogan de la campaña, es decir, lo que se va a decir.

PRODUCER

Se encarga del desarrollo de la campaña a su estado físico, es decir, realiza los castings, se pone en contacto con las empresas para elaborar el anuncio: casting, maquetación, modelos, etc.

DEPARTAMENTO DE MEDIOS

Encargados de intermediar con los medios de comunicación para incorporar el anuncio en sus espacios publicitarios. Se llevan aproximadamente el 80% del presupuesto del anunciante para la compra de GRPs (gross rating points)



2

Pasos en una campaña

01

BRIEFING

- La agencia recibe el briefing del anunciante
- Se realiza un contrabriefing.
- El director creativo les brinda el contrabriefing a su equipo

02

DEPARTAMENTO DE MEDIOS

El departamento de medios convierte el contrabriefing en un briefing de medios donde se especifica dónde se quiere llegar, a quién y cómo.

03

COMIENZA TRABAJO EN DEPARTAMENTOS

En el departamento creativo los copy comienzan a elaborar el eslogan y los mensajes, y después se le pasa la campaña con todos los diseños al productor, quien la lleva a cabo.

04

COMPRAR GRPS

El departamento de medios, después, compra los GRPs a los medios, quienes indexan la campaña en sus espacios bajo las indicaciones de la agencia.

05

CONTROL DE LA CAMPAÑA

La campaña de publicidad no se acaba hasta que el último pase publicitario, es decir, la última vez que se pone el anuncio en el medio. Hasta ese momento el departamento de medios se asegura de que la campaña se publique bajo las directrices brindadas a los medios.

se observa la repercusión que ha tenido la campaña.





Agencias de Publicidad

Departamentos

- Departamento de Cuentas
 - Director de Cuentas
 - Ejecutivos de Cuentas
- Departamento Creativo
 - Director Creativo
 - Director de Arte
 - Copy
 - Producer
- Departamento de Medios

Pasos en una Campaña

- Se obtiene en briefing
- Se realiza un contrabriefing a nivel creativo y de medios
- El departamento creativo trabaja en base al contrabriefing
- El departamento de medios compra los GRPs
- Control de la campaña durante y después de su emisión

info@grupoplumagica.com

Holograma Comunicación

