

Los stoppers, una técnica de marketing directo como un imán, según TusIdeas

Las tecnologías arrasan con el mundo publicitario, pero las campañas digitales no siempre pueden llegar a las expectativas de las empresas. Los stoppers puede ser esa estrategia eficaz que algunas empresas se saltan o desconocen y no explotan lo suficiente

A diario las personas reciben alrededor de unos 3000 impactos publicitarios en diferentes medios de comunicación. Sin lugar a dudas, las personas, a día de hoy, están saturadas con una gran cantidad de mensajes publicitarios. Según TusIdeas, una empresa que se dedica al reparto publicitario y otros servicios relacionados con el sector publicitario, de esos 3000 impactos tan solo un 15% consiguen quedarse en la retina de las personas.

Por lo tanto, es muy importante que las empresas escojan sabiamente el mensaje publicitario que quieran transmitir, la creación del contenido, el aspecto del anuncio y, sobre todo, el soporte publicitario que servirá de transporte de ese mensaje. Sobresalir de la competencia a la hora de publicitarse es muy importante si lo que se quiere es conseguir captar la atención del usuario. La mejor forma de sobresalir de la competencia es siendo creativo a la hora de transmitir un mensaje publicitario y escoger un medio de comunicación que funcione.

A menudo, las empresas suelen pensar que la mejor manera de publicitarse es escogiendo un medio de comunicación masiva, como, por ejemplo, la televisión, la radio, cine, prensa, etc., es decir, medios que tienen la capacidad de llegar a más público que los demás medios. El buzoneo es uno de los medios que mejor eficacia tienen según TusIdeas. “Aunque el buzoneo no sea un medio masivo que llega tan lejos como otros medios como la televisión o la prensa, sí es un medio que resulta mucho más efectivo, ya que son un medio físico que los clientes potenciales pueden tocar e incluso guardarse. Nosotros recomendamos una opción muy poco explorada por los empresarios, los stoppers”, aconseja TusIdeas.

Los stoppers, según TusIdeas, es una técnica de marketing directo en la que se colocan elementos publicitarios que sobresalen del lugar donde se colocan. Según los lugares donde se coloquen los stoppers pueden ser de dos tipos: stoppers en buzones o stoppers en puntos de venta. Los stoppers en el buzón son aquellos que buscan destacar por encima de otros elementos que se encuentran en el buzón y pueden llegar a tener un gran impacto visual en los vecinos del edificio. Por otra parte, los stoppers en el punto de venta suelen colocarse en las tiendas, en los estantes donde se encuentra el producto que se publicita. Es un tipo de publicidad muy efectiva, ya que ayuda a destacar esos productos por encima de los de la competencia. Con el stopper se consigue llamar la atención al consumidor mediante ofertas o descuentos que llamen la atención.

Datos de contacto:

TusIdeas
915 227 148

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional Marketing](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>