

El flyer, un elemento publicitario con una fuerza inagotable, según ImprentaMadrid.com

[Multimedia](#)

Sencillo, económico y además efectivo. Así es el medio de comunicación más antiguo y rudimentario, el flyer. Para anunciar un evento, un nuevo producto, una nueva empresa y, en definitiva, realizar cualquier tipo de comunicación publicitaria, el flyer es de lo más efectivo, a pesar de lo que muchas empresas creen

Lejos de lo que la mayoría de las empresas piensan, los medios de comunicación digitales no son realmente los más efectivos. Aunque los medios digitales tienen un gran abanico de audiencia, permitiendo mostrar anuncios a miles de personas de preferencia, segmentando el target según la estrategia publicitaria, los folletos aún tienen mucho que decir en el mundo de la publicidad. Esta pequeña pieza de papel impreso aún cumple una labor fundamental y es ampliamente utilizado por la mayoría de las pequeñas, medianas y grandes empresas con una finalidad meramente informativa o incluso comercial, un método directo, tangible y muy funcional.

Las principales finalidades de emplear el flyer por parte de las empresas son o bien anunciar una promoción u oferta de ventas, liquidaciones, ofertas especiales, nuevos productos, presentar una nueva empresa, un nuevo establecimiento, una organización, una iniciativa, etc. o bien para comunicar un nuevo evento, una fiesta, la apertura de una discoteca, reunión, verbena, e incluso realizar campañas de concienciación social o medioambiental. Para cualquier tipo de comunicación, el flyer no ha dejado de funcionar y de comunicar a la perfección. [ImprentaMadrid.com](#), una empresa con una gran experiencia en el diseño y la impresión de formatos offline, explica por qué el flyer funciona tan bien a la hora de comunicar.

“El flyer es un elemento publicitario con una fuerza inagotable, con una simpleza y una efectividad inigualable. Lo que hace que el folleto sea tan efectivo es quizás el hecho de que sea un elemento publicitario físico, que el cliente potencial puede tocar y guardar por si en otra ocasión necesita ese producto o servicio o ese contacto de la empresa que lo reparte. Al ser una única hoja de papel impresa, sin plegar o sin contener más hojas y al ser menos voluminoso que otros formatos, es posible que esta sencillez haga el mensaje mucho más claro y directo, además de facilitar de forma considerable su distribución y lectura. Si a esto se añade el reducido precio, no es de extrañar que sea el formato preferido por la mayoría de las empresas” explica ImprentaMadrid.com.

Esta empresa también explica que a lo largo del día las personas están expuestas a una gran cantidad de mensajes publicitarios y este spam hace que las personas eviten prestar atención a estas comunicaciones publicitarias. Si

este formato publicitario se reparte en los lugares y los momentos estratégicos, explica ImprentaMadrid.com, su efectividad será mucho mayor.
