

CONSEJOS PUBLICITARIOS

La publicidad es uno de los componentes más importantes de su estrategia de mercadeo ya que le ayuda a promocionar su empresa y le proporciona un método eficaz de comunicación con sus clientes. A continuación, le damos algunos consejos útiles que deberá tener en cuenta al crear una campaña de publicidad para su empresa.

ACCIONES POSITIVAS

- Familiarizarse con las reglas y reglamentaciones gubernamentales en materia de mercadeo y de publicidad.
- Indicar claramente y en su totalidad todos los datos pertinentes a la promoción, el producto o el servicio que se está publicitando.
- Utilizar imágenes que se correspondan exactamente con el producto a la venta.
- Si en un producto aparece más de un precio, cobrar el que sea más bajo.
- Disponer de una cantidad razonable de los productos que se anuncia a un precio reducido.
- Si se celebra un concurso, indicar todos los datos exigidos por la ley sobre la *competencia (Loi sur la concurrence / Competition Act)* antes de que los concursantes empiecen a participar.
- Asegurarse de que el personal de ventas de la empresa conoce lo que está permitido y lo que no lo está. La empresa podrá ser responsable de las observaciones vertidas por sus empleados.
- Utilizar las palabras "rebajas" o "descuento" solo cuando se haya reducido considerablemente el precio de un producto.

ACCIONES NEGATIVAS

- Confundir el "precio normal" o el "precio habitual" con el "precio sugerido por el fabricante"; son conceptos distintos.
- Utilizar los términos "precio normal" o "precio habitual" en un anuncio a no ser que el producto se haya vendido a dicho precio durante un periodo de tiempo prolongado o que se haya vendido un volumen considerable del producto a dicho precio.
- Llevar a cabo unas "rebajas" durante mucho tiempo o repetirlas cada semana.

- Aumentar el precio de un producto o servicio para cubrir los costes de un producto o servicio gratuitos.
- Alegar que un producto o servicio tiene ciertas propiedades aunque crea que son verdaderas, a no ser que disponga de pruebas.
- Vender un producto a un precio superior al anunciado.
- Retrasar la entrega de premios cuando se celebre un concurso.
- Los descargos de responsabilidad en las condiciones. Si utiliza descargos de responsabilidad, asegúrese de que el mensaje del anuncio y del descargo no sean engañosos.
- Utilizar términos o frases en los anuncios que no tengan sentido o que no sean claros para la generalidad de las personas.