

# Medios de Marketing Alternativos ( NEW MEDIA )

David Amador  
Mauricio Gutierrez

## HISTORIA

Es un término usado a finales del siglo XX y a inicios del siglo XXI para las webs informativas que comunicaban la información de una manera diferente.

## PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS

Generalmente, este tipo de acciones de marketing son desarrolladas con un objetivo y en un momento y lugar determinado. Tienen un inicio y un final en el tiempo. Comienzan y acaban. Pero cuando la experiencia desarrollada en plena calle llega a su fin, su impacto no necesariamente tiene por que dejar ser efectivo o incluso poder continuar perdurando en el tiempo.

Ventajas	Desventajas
accesibilidad	Contaminación visual
mayor alcance	Los mensajes tienen que ser cortos
frecuencia	Disponibilidad del lugar donde se vaya a colocar
flexibilidad geográfica	Requiere mucha planeación
flexibilidad demográfica	No se tiene un control sobre cual audiencia que va a verlo ya que al estar en una zona pública cualquiera lo podrá ver
menor costo	
más creativos	
mejor ubicación	
mayor impacto	

## TIPOS DE MEDIOS ALTERNATIVOS:

### Cajeros Automáticos

Casi siempre enfocados en promociones o concursos de algún banco en específico.

### Marketing Experiencial o Emocional

El marketing experiencial es una de las últimas formas de marketing desarrolladas por las empresas en donde se ha pasado de vender productos o servicios a vender experiencias, lo cual les ha dado un impulso fuerte de competencia, así como poderse diferencias de otras

### Paradas de Autobuses

Son los más vistos, ya que todos los días son cientos las personas que observan esta publicidad por estar en una zona al aire libre, son intervenidas de diferentes maneras y pueden llegar a ser convertidas en todo un escenario.

### Buzz Marketing

El buzz marketing es una técnica que se basa en la extensión de un rumor o el intercambio de información entre personas.

### Marketing de Guerrilla

También conocido como publicidad de guerrilla o Extreme Marketing, fue creado por Jay Conrad Levinson en el año de 1984, nombrado por primera vez en su libro el cual llega el mismo nombre. La guerrilla es una técnica de publicidad que consiste en publicidad ingeniosa de manera poco convencional y a bajo costo.

### Flashmob

El flashmob es una nueva herramienta de marketing que se ha ido desarrollando por las grandes empresas, consiste en organizar a un grupo de personas, las cuales son convocadas vía teléfono móvil o internet, y estas realizan se reúnen de pronto en un lugar y realizan algo inusual, y luego se dispersan rápidamente como si no hubiera sucedido nada.

### BTL o Below the Line

**BTL o Below the Line:**  
Es una técnica publicitaria que consiste en acciones de comunicación no masivas, usualmente dirigidas a un segmento específico. Suele ser muy creativa, genera sorpresa en el público y siempre es impactante

### Street Marketing

Es una herramienta muy usada, que consiste en usar personas para que repartan folletos o incluso muestras a las personas que hay en la calle, algunas empresas permiten que las personas interactúen con un producto para luego dirigirlos a los puestos de venta.