

# ESTRATEGIAS DE DIFERENCIACIÓN

## *Valores basados en Ambush*

Aquí al patrocinador oficial le copian la estrategia de publicidad, es decir copian el producto presentándolo con la misma imagen.

## *Ambush por Distracción*

No hace referencia al evento pero utiliza la imagen de éste para hacer publicidad. Ejemplo el logotipo de los juegos olímpicos utilizado en la publicidad de condones de la marca Durex.

## *Ambush Insurgente*

La marca que decide utilizar ésta técnica se sitúa cerca del evento y al no ser patrocinador no entra al evento pero tiene publicidad cerca del evento, ya sea regando objetos, muestras o simplemente con imágenes que las personas que se dirigen al evento lo ven.

## *Ambush por Asociación*

Utiliza los elementos que no están protegidos por las leyes, como lo pueden ser las imágenes y la tipografía.

Las prácticas de Ambush Marketing existen desde hace un par de décadas aun cuando no son bien vistas es innegable que en la mayoría de los casos causan sensación ya que son muy ingeniosas y logran su cometido de estar presentes en la mente de los consumidores mas que aquellas marcas que han pagado fuertes cantidades de dinero en patrocinios. Estas practicas no van a dejar de existir, pero creo importante analizar los puntos legales a los que se enfrentan si se desea realizar una campaña de este tipo y valorar los riesgos legales.

A continuación te presentamos un video con ejemplos de marcas reconocidas a nivel mundial y que han hecho uso de "Ambush marketing".

<https://www.youtube.com/watch?v=sGzjPtDmW1o>



## REFERENCIAS

León, F. (2016) ¿Qué es el ambush marketing y cuántos tipos hay? Obtenido a través de <https://www.merca20.com/ambush-marketing-cuantos-tipos/>

Bortoloti, S. (2015) Ambush Marketing: ejemplos y legalidad, obtenido a través de <https://www.iebschool.com/blog/ambush-marketing-estrategico/>

Marketingup (2016) Top 5 Ambush Marketing en Juegos Olímpicos | MarketingUp. Obtenido a través de: <https://www.youtube.com/watch?v=sGzjPtDmW1o>