

Jordi Trilla: “En publicidad, no todo vale”

Jordi Trilla, director de màrqueting, realizó una videoconferencia con los alumnos de 2ºnd A y 2ºnd E en el instituto Els Alfacs el día 11/04/24. Jordi Trilla respondía a algunas preguntas que teníamos nosotros los alumnos sobre el màrqueting por el trabajo que estamos realizando en el proyecto de ámbito sobre publicidad.

¿Si yo quisiera ser publicista que primer consejo me darías?

‘Que estudies, y mucho, si quieres hacer más la parte creativa tienes que saber que todo sirve, tienes que tener la mente abierta y la imaginación, tienes que salir de tu zona de confort’.



¿Qué líneas rojas no puede cruzar nunca un publicista?

Nunca trabajamos con proyectos que fomenten el maltrato animal o marcas vinculadas al tráfico de armas. En publicidad no todo vale, ni todo vale para ganar una campaña de publicidad. Tampoco se puede mentir’.

¿En qué piensas usualmente cuando tienes que crear un anuncio?

Siempre partimos del Briefing, análisis de la competencia (que están haciendo, cuál es su posicionamiento de marca, como comunican...), entender quien el público target, sus necesidades (hábitos, estilos de vida...) y luego vas definiendo el concepto creativo, que tiene que ser original, que genere impacto y será relevante para el target.