

# 某手机广告传播合作建议

汇报人：文小库

2023-12-21

# 目录

- 合作背景与目标
- 广告传播策略制定
- 合作流程与执行计划安排
- 效果评估与持续改进方案设计
- 风险识别与应对策略部署
- 总结与展望：未来合作前景展望及建议措施

# 01

## 合作背景与目标



## 合作背景介绍

当前手机市场竞争激烈，各种品牌和产品层出不穷，因此需要寻求有效的广告传播策略来提高品牌知名度和市场份额。

某手机品牌希望与一家广告公司或媒体平台合作，共同制定和实施一项广告传播计划，以覆盖更广泛的受众群体，并促进销售和品牌发展。





# 合作目标设定

提高品牌知名度和曝光率，吸引更多潜在客户关注和购买。



通过合作实现资源共享和优势互补，降低广告成本和提高广告效果。

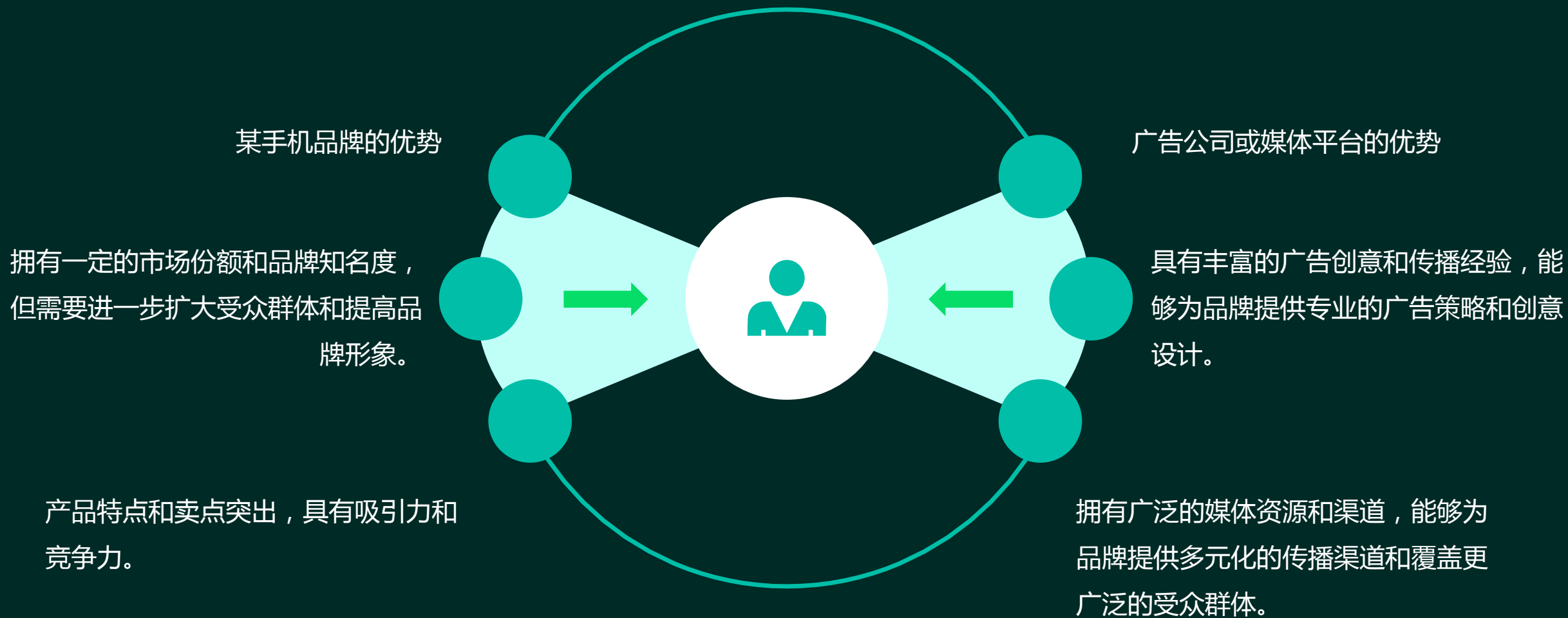


针对目标受众群体，制定有效的广告策略，提高广告点击率和转化率。





# 双方期望与优势分析



02

## 广告传播策略制定



# 目标受众定位

01



目标人群



针对年轻人、商务人士、学生等不同人群，进行细分市场定位。

02



需求分析



了解目标人群的消费需求、购买习惯、兴趣爱好等信息，为广告传播提供精准定位。

03



竞争分析



分析竞争对手的目标受众和市场定位，以制定更具针对性的广告策略。





# 广告内容创意设计



## 创意主题

根据产品特点和目标受众需求，确定广告创意主题和核心信息。



## 创意形式

采用图文、视频、H5等多种形式，增强广告吸引力和互动性。



## 情感共鸣

通过故事、场景等手法，引发目标受众的情感共鸣，提高广告记忆度。



# 传播渠道选择与组合策略

## 线上渠道

利用社交媒体、短视频平台、搜索引擎等线上渠道进行广告传播。



## 线下渠道

通过户外广告、地铁广告、报纸杂志等线下渠道进行广告传播。



## 渠道组合

根据目标受众的媒体接触习惯和产品特点，进行多渠道组合传播，提高广告覆盖面和效果。

# 03

## 合作流程与执行计划安排



# 合作流程梳理与优化建议

## 明确合作目标

在合作初期，双方需明确合作目标，包括广告传播的受众、传播渠道、预算等。



## 制定详细计划

根据合作目标，制定详细的执行计划，包括广告创意设计、传播渠道选择、投放时间表等。



## 梳理现有流程

对现有合作流程进行全面梳理，识别存在的问题和瓶颈，提出优化建议。





# 执行计划时间表制定及关键节点把控

## ● 制定时间表

根据合作目标，制定详细的执行时间表，包括各个阶段的任务、负责人和完成时间。

## ● 关键节点把控

在关键节点，如广告创意审核、投放前测试等阶段，设置检查点和评估标准，确保项目按计划推进。

## ● 调整与优化

根据实际情况，对执行计划进行适时调整和优化，确保项目顺利进行。



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：  
<https://d.book118.com/048120120033006053>