

媒体传媒行业演讲：传统媒体的价值

传统媒体公司高管



Presenter name

Agenda

1. 介绍演讲者的核心观点
2. 介绍
3. 总结
4. 广告主应做事
5. 广告主选择传统媒体



01.介绍演讲者的核心观点

传统媒体与数字化媒体协同效应

演讲者的核心观点

传统媒体的受众优势



多元化受众基础

传统媒体多样化广告



跨越地理区域

传统媒体可以覆盖不同地理区域的受众，
扩大品牌影响力



年龄段广泛覆盖

传统媒体覆盖受众



媒体协同效应

数字与传统媒体

多渠道品牌传播策略——品牌形象多渠道传播

整合多渠道

数字化媒体与传统媒体

增强品牌影响力

数字化与传统媒体优势

实现受众互动

提高广告效果的方法

增加广告效果的方法



优化受众定位

选择适合受众的媒体渠道——根据受众特点选择媒体渠道



引人注目的内容

制作有趣、有创意、有吸引力的广告内容



整合多媒体渠道

结合传统媒体和数字化媒体渠道，实现多重触点和互动





02.介绍

传统媒体的受众优势

覆盖不同区域

传统媒体的受众覆盖广泛

全国覆盖

全国传统媒体覆盖受众 - 传统媒体全国覆盖受众

地方性影响

传统媒体可以通过地方报纸、电视台等渠道，达到地方性受众，实现地域性的品牌传播。

面向特定地区

传统媒体可以根据广告主的需求，选择特定地区的媒体渠道，实现针对性的受众覆盖。

覆盖不同年龄段的受众

不同年龄段的传统媒体受众



儿童受众

针对儿童受众的传统媒体覆盖 - 传统媒体广泛覆盖儿童受众



青少年受众

传统媒体如报纸、广播等仍然是青少年获取资讯和娱乐的重要渠道。



成年受众

传统媒体通过电视、电台等媒介吸引成年人受众，能够传递广告信息和文化内涵。

传统媒体的受众优势



多年轻观众群体

传统媒体广告吸引年轻观众 - 提高
传统媒体广告曝光率



多地理区域覆盖

传统媒体可以覆盖不同地理区域的
受众，实现大规模的品牌曝光。



不同年龄段受众

传统媒体可以吸引不同年龄段的受
众，提供广泛的品牌曝光和影响力。

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/167032053100006200>