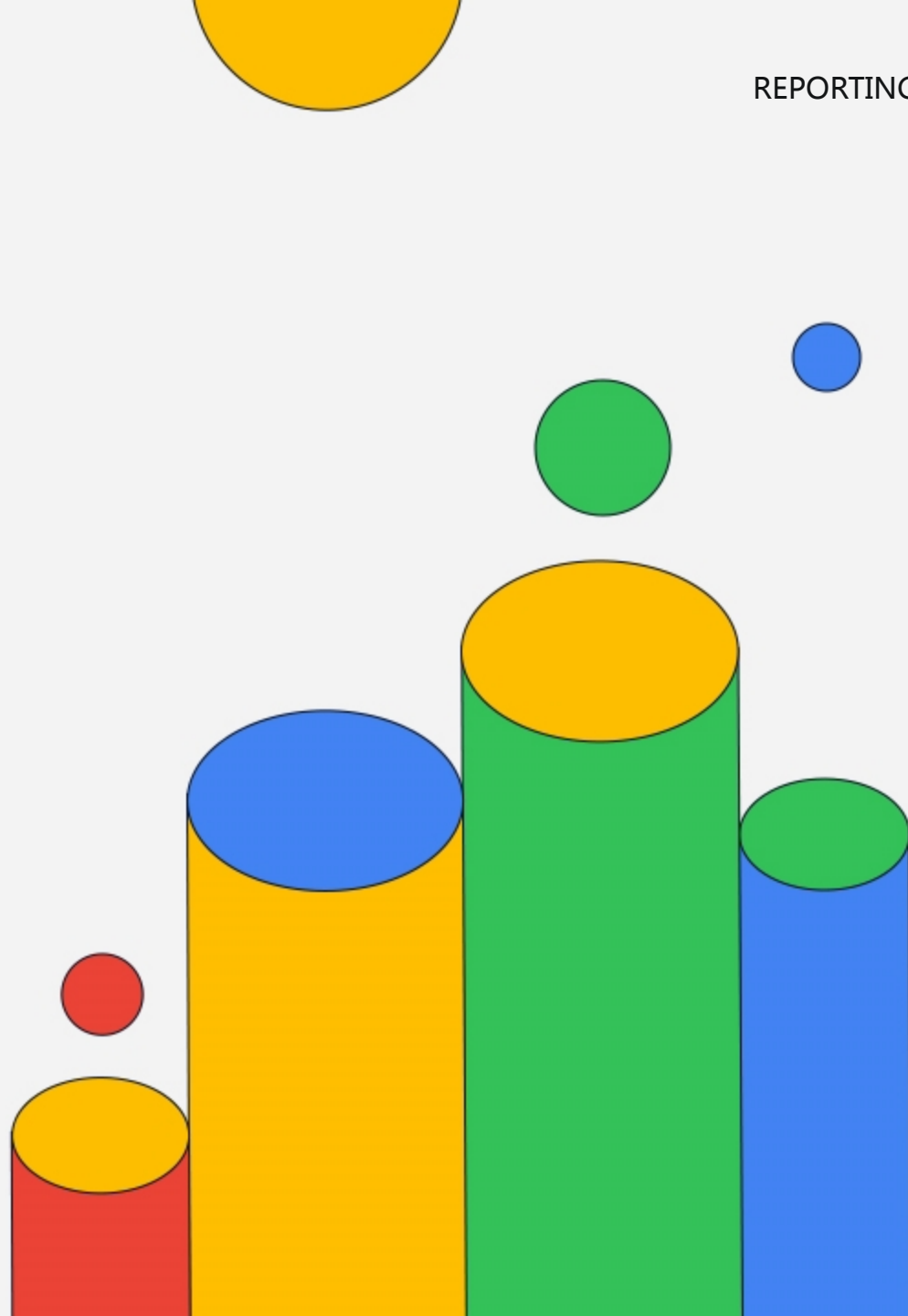


品牌营销在传媒行业的应用



 2023

目录

CATALOGUE

- 品牌营销概述
- 品牌营销在传媒行业的应用
- 品牌营销策略在传媒行业的应用
- 品牌营销的挑战与机遇
- 案例分析

PART 01

品牌营销概述



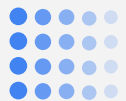


品牌营销的定义



品牌营销是指通过一系列有计划、有组织的营销活动，建立、维护和提升品牌形象、品牌价值和品牌忠诚度的过程。

品牌营销涉及品牌定位、品牌传播、品牌形象等多个方面，其核心目的是在消费者心中树立独特的品牌形象，以增加消费者对品牌的认知度和忠诚度。



品牌营销的重要性

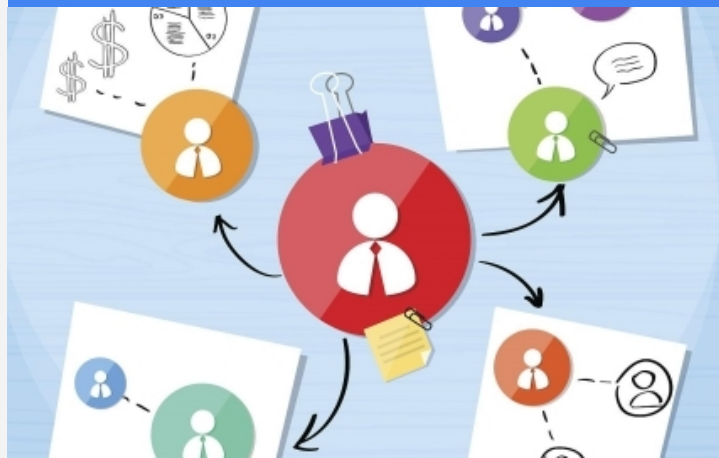
提升品牌价值

通过品牌营销，企业可以提升品牌的知名度和美誉度，增加消费者对品牌的信任和忠诚度，从而提升品牌的价值。



增强竞争优势

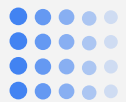
在激烈的市场竞争中，独特的品牌形象和价值能够使企业脱颖而出，增强竞争优势。



促进销售增长

品牌营销能够吸引目标客户，增加消费者的购买意愿和购买量，从而促进销售的增长。





品牌营销的历史与发展



品牌营销起源于20世纪初，随着市场竞争的加剧和消费者需求的多样化而逐渐发展起来。

随着数字化时代的到来，品牌营销的形式和手段也不断创新，如社交媒体营销、内容营销等新型的品牌营销方式逐渐兴起。

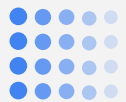


未来，随着科技的进步和消费者行为的变化，品牌营销将继续发展和演变，以适应市场的变化和满足消费者的需求。

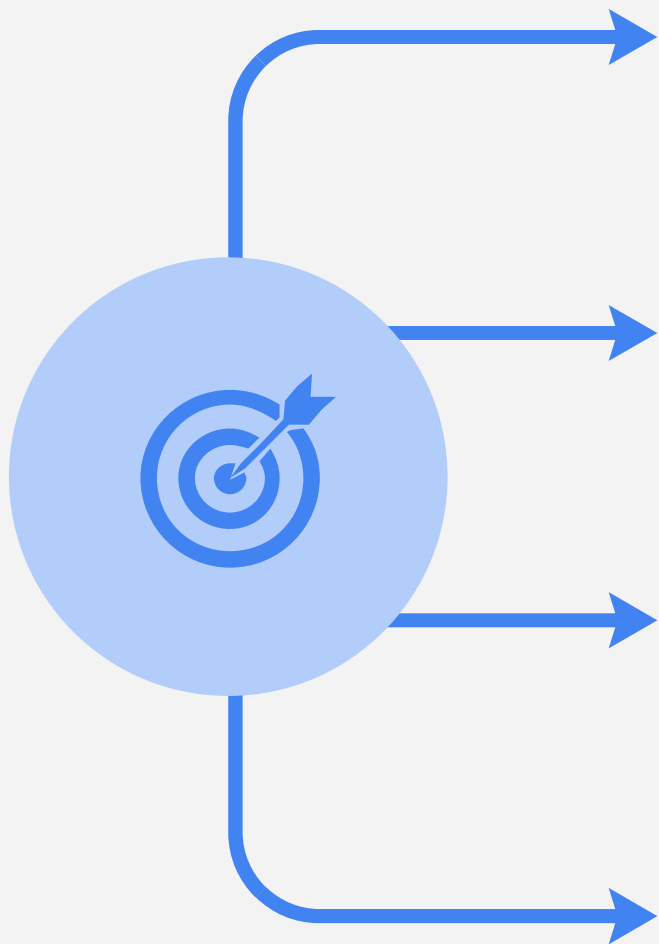
PART 02

品牌营销在传媒行业的应用





电视媒体品牌营销



01

电视媒体品牌营销是指利用电视这一媒介进行品牌宣传和推广的一系列活动。

02

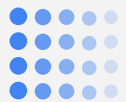
电视媒体品牌营销可以通过多种形式实现，如广告、节目赞助、品牌植入等。

03

电视媒体品牌营销的优势在于覆盖面广、传播速度快、视听效果强，能够迅速提升品牌知名度和影响力。

04

电视媒体品牌营销的挑战在于成本较高，需要合理规划预算和投放策略。



平面媒体品牌营销

01



平面媒体品牌营销是指利用报纸、杂志等印刷媒介进行品牌宣传和推广的一系列活动。

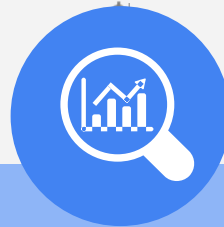


平面媒体品牌营销的优势在于针对性强、信息量大、易于保存，能够深入传递品牌价值和理念。

03

02

平面媒体品牌营销可以通过广告、专栏合作、特辑等形式实现。



平面媒体品牌营销的挑战在于传播速度较慢，受众群体相对固定。



04



网络媒体品牌营销

网络媒体品牌营销是指利用互联网进行品牌宣传和推广的一系列活动的。

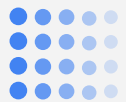


网络媒体品牌营销可以通过网站建设、社交媒体运营、搜索引擎优化等形式实现。



网络媒体品牌营销的优势在于互动性强、传播速度快、覆盖面广，能够精准定位目标受众。

网络媒体品牌营销的挑战在于信息量大、竞争激烈，需要不断创新和优化推广策略。



广播媒体品牌营销



01

广播媒体品牌营销是指利用广播电台进行品牌宣传和推广的一系列活
动。



02

广播媒体品牌营销可以通过广告、节目赞助、直播互动等形式实现。



03

广播媒体品牌营销的优势在于传播速度快、覆盖面广、成本较低，能
够迅速扩大品牌知名度和影响力。



04

广播媒体品牌营销的挑战在于受众群体相对固定，需要针对特定目标
受众进行精准投放。

PART 03

品牌营销策略在传媒行业的应用





定位策略

定位策略

传媒企业需要明确自己的品牌定位，根据目标受众的需求和特点，制定相应的营销策略，以提升品牌知名度和忠诚度。

受众定位

传媒企业需要明确自己的目标受众，了解受众的需求、偏好和消费习惯，以便更好地满足他们的需求，提升品牌价值。

市场定位

传媒企业需要明确自己的市场定位，根据市场环境和竞争态势，制定相应的营销策略，以提升品牌的市场份额。

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/657145006112006104>