

拥有10亿网民的移动广告市场，竟然不及电梯广告的十分之一？

产品名称	拥有10亿网民的移动广告市场，竟然不及电梯广告的十分之一？
公司名称	东莞市微三云大数据科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	东莞市
联系电话	18665158422 18665158422

产品详情

想必大家都做过电梯吧，那么想必电梯里舒缓的音乐以及频繁跳动的广告也给您留下了深刻的印象，但你也也许想不到，电梯广告市场后是上千亿的市场。

有人认为，电梯广告不影响什么，不去看就行了，但也有人认为，电梯广告就是污染眼睛，为了营销无所不用其极。

那么电梯广告의 千亿市场究竟是从何而来的呢？来听我细细说明。

如果提到电梯广告、电梯媒体，那就绝对绕不开一家名为分众传媒的公司。

我敢打赌，只要你坐的电梯多，那就会发现八成的电梯广告都是写着“分众传媒”的四个字。

像什么“想去哪拍，就去哪拍”“二手车！”等等经常听过的广告词，其实都出自他们之手。

分众传媒在官网说的，全中国四亿的城市人口中，有三亿被分众传媒的电梯广告覆盖。

某种意义上来讲，分众传媒有资格作为电梯媒体们的代表。

讲到这里可能还是有很多人不解，就算这样，移动互联网这么大的体量也不是电梯广告可以“碰瓷”的吧，电梯广告这种古董方式的广告投放怎么比的了大厂的精准投放？

然而在广告认知渠道的多选调查里，有83%的调查者选择了电梯媒体。

没想到吧，在广告的认知上，互联网媒体的体量都稍显不足。

究其电梯广告如此成功的原因就是洗脑广告。

有一个例子：某女士特变讨厌电视上总是反复播放的某白金广告，但当她走访亲戚时，一时半会只想得起某白金的广告，所以zui后他还是选择了某白金送礼。

诺贝尔经济学将得主康纳曼，也曾提出过类似理论。

大概意思就是，让人相信一个概念或事物的zui好方法，并不是和人将事实和讲道理，反而不断地洗脑重复才是zui有效的。