

南阳商家活动成功地推方式攻略+选址+选礼品

产品名称	南阳商家活动成功地推方式攻略+选址+选礼品
公司名称	南阳企常青信息技术有限公司
价格	180.00/天
规格参数	
公司地址	卧龙岗汉画街118号建工集团院内
联系电话	15225602960 18238118463

产品详情

出于销售的职业习惯，当时企常青王老师就在想，怎样的地推宣传才能有更好的效果？于是就有了这篇文章：我想聊聊Zui常见的三种地推方式：传单派发、喇叭播音、举牌展示。

一、传单派发

这里的传单派发不仅仅包括单页，还包括夏天的扇子、打折券等。一般是排3到5人到人流比较集中的区域向路人一对一派发。所派发的传单上一般内容比较丰富，包含产品名称、LOGO、广告语、服务产品、优惠力度、地址、二维码等等。

（一）选择传单派发这种形式的，多为附近商家及针对白领人群的产品

采用这种方式的一般有两种：

附近的商家。像高新园这种上班族特别集中的地方，新开张的店除非是在非常显眼的位置，仅靠自然流量想要吸引大量的人&气是很难的。所以在地铁站这种人流集中的地方进行宣传就是一种比较好的选择。

用户定位于办公室一族。像定位于年轻人租房的，价格相对偏高又讲究一定品质的某如；像前文说定位于久坐电脑前患有“颈椎痛、腰腿痛”这类症状的；甚至于还有惠州、中山买房的（这可能就是定位于高收入的程序员了，哈哈）。

（二）传单派发已有多种进化版，为了效果不遗余力

传单派发这种形式，见过的比较好的案例有几种：

传单本身形式创新：像过年的时候派发红包，并说上一句“新年快乐”，我想大部分人都不会拒绝吧。或者派发好看的明星片或书签，我有见过派发信封的，这个就要看商家的创意和投入成本了。

派发话术上创新：前面说的“新年快乐”也算是一种。另外还有“新鲜水果，扫码5折优惠，仅限一天”这类，这种我相信一般商家会要求传单派发人员口头传达，但可能大部分没执行。

派发人员整体形象创新：曾经就看到一家健身机构的地推人员服饰、无攻击性的大地色陪少许俩橙色，腰带帽子戴得规规整整，一看就是正规的机构，人员管理也到位，派发传单的时候也没有一定要强塞或者挡道，许多人员站一排的时候特别引人注目。

二、喇叭播音

事先录制好广告语之后，用喇叭在地铁附近循环播放。

（一）喇叭播音优势很明显，但不能传播更多资讯

优势是：1、传播范围较广：相对于传单那种一对一的形式，喇叭播音可以在同一时间里到达多人。2、成本较小：虽然印刷成本节省了一些，Zui主要还是节省人力成本。

劣势在于：1、无法传达更多的信息：一般只能让用户记住产品名及产品提供的主要服务类别，无法传达更多关于产品的信息。2、宣传效果无法统计：因为只是单项的传播，所以无法了解到有多少用户接受信息后进行了下一步的动作。

（二）除了广告语优化，配合其它地推方式使用，疗效才会更好

文案优化。地铁附近是一个迅速流动的场景，用户能听到喇叭播音的时间有限，所以播音内容必须提炼关键点。像某装修网的播音内容就是“上**装修网，装修只要399”。传达了3个信息：产品名、服务类别、产品优势。个人觉得是个不错的广告语。

与其它方式配套使用。比方说传单，这样就可以解决信息传达太简单的问题。

三、举牌展示

文章开头说的举黄牌子，用大大的字告知用户信息的方式就是举牌式广告。据我观察，这种形式在地铁站附近见得相对较少，但卖房广告似乎用这种形式的比较多。

（一）举牌大家用得挺多，但Zui近被取缔的也多

优势：1、举牌式广告因可发挥的设计点比较多，运用地好可以很好地传达品牌的调性。2、因气势浩大，比较容易吸引人的注意力

劣势：1、没有亲近感：试想一下，你如果真的对他们的产品感兴趣，也不会有想法上前咨询。2、易遭投诉或取缔：一般举牌广告为达到宣传目的，会在场地附近“游街”，有时还伴随口号，比较扰民；路边的话也影响交通。并且全国各地很多都出台了相关管理办法，取缔这种广告形式（深圳2016年10月就针对举牌游街广告Zui多的房地产行业，禁止了路边举牌广告）

（二）举牌这种形式，还是被玩出了很多花样

在人员服饰上做创新。Zui基础的就只是多几个人举个牌子，再能稍微进阶一点的是服装统一。如果再有点创新，就是再服饰上做文章，如下图这些样子。或者由普通路人举牌变为超模般美女，自然更引人注目。

在切入点上做创新。在整体策划上做文章，而不仅仅是促销降价喊口号。下图这个案例就是从关爱健康的角度出发，呼吁大家不做低头族。我想这家公司可能是做跟健康有关的产品。并且玩偶服不仅彰显了品牌形象，可爱的外表也能吸引人注意。所以，大家在做地铁站地推时，也要站在用户的角度，想想用户Zui关心的是什么。而不是单纯说你的产品。

三、3种方式各有优劣势，但却有致命的缺点。如何解决？

（一）以上3种方式，在用户转化上存在大问题

除了是地铁站附近的商家之外，产品类公司在地铁站附近进行地推有一个很大的问题：用户如何转化。也就是说，就算用户听到你的宣传动心了，想要进一步了解，去哪里了解。传单上还能印个二维码，举牌和喇叭广告完全单纯做品牌宣传了。

（二）“组合拳”可以解决少部分用户转化问题

有一种解决方法便是：打组合拳。就是举牌+传单、喇叭+传单，甚至是三者都用上。这样至少用户在看到举牌、听到喇叭喊感兴趣之后，能够再通过传单了解到一部分的信息，甚至可能去加你的公众号去作进一步的了解。

这里不是很建议传单上放APP的下载二维码。一是场景上，用户时间宝贵，APP下载时间比关注公众号用时长。二是成本，在非WIFI情况下，除非是绝对的刚需，一般用户是不愿意做大量下载的。

（三）如果要提高用户转化率，需配合其它地推形式提升用户参与度

综上所述，地铁/高铁/汽车/火车/商场站外的地推形式，其实更适合做企业品牌宣传的告知，Zui多能做少量的微信公众号增粉。

如果还是想通过这种形式做APP的拉新，个人觉得必须以某个定点活动（如路演）为载体，地铁站外地推作为定点活动的一种宣传方式。也就是说你需要有个载体，让用户能够站定，花个几分钟，听你讲解或者试用这个产品。就像之前某游戏商，午休时在写字楼下做了个路演，让用户体验产品。早上、中午就可以在地铁站外以地推的形式告知用户有这个活动。