

房地产公司楼书 宣传dm广告单页印刷 活动宣传单页设计印刷

产品名称	房地产公司楼书 宣传dm广告单页印刷 活动宣传单页设计印刷
公司名称	昆明亚帆广告有限公司
价格	.00/张
规格参数	设计内容:单页
公司地址	昆明市北京路延长线1035号家乐福北楼6楼605室
联系电话	086-087165705268 13211666089

产品详情

昆明宣传单页|105gdm广告单页印刷|活动宣传单页设计印刷

宣传单页的规格通常是八开或十六开，纸张一般是105克、128克或157克铜版纸，正反面彩色印刷而成。超市以宣传单页形式作为商店周期性的主要促销手段，通常每二周推出一期，宣传单页上所列商品是以季节、月份、天气、温度、流行度、节令等因素所设定。如在夏季以饮料、防暑品、空调等为重点，在冬季则以火锅、熟食、防寒品等为主。一年中的主要节令是做宣传单页的最好时机，如：元旦、春节、端午节、中秋节、儿童节、国庆节、圣诞节等。宣传单页和商品降价特卖、限时抢购、摸彩、抽奖、试吃、竞赛活动等都属商场内重要的促销方式。

制作宣传单页目的

就是要最大限度地促进销售、提高业绩，其目的大致可归纳为以下几点：

1. 在一定期间内，扩大营业额，并提高毛利额;
2. 稳定已有顾客群并吸引增加新顾客，以提高客流量;
3. 介绍新产品、时令商品或公司重点推广的商品，以稳定消费群;
4. 增加特定商品(新产品、季节性商品、自有商品等)的销售，以提高人均消费额;
5. 增强企业形象，提高公司知名度;
6. 与同行业举办的促销活动竞争;
7. 刺激消费者的计划性购买和冲动性购买，提高商场营业额。

宣传单页的优点

- 1.宣传单页不同于其他传统广告媒体，它可以有针对性地选择目标对象，有的放矢，减少浪费。
- 2.宣传单页是对事先选定的对象直接实施广告，广告接受者容易产生其他传统媒体无法比拟的优越感，使其更自主关注产品。
- 3.一对一地直接发送，可以减少信息传递过程中的客观挥发，使广告效果达到最大化。
- 4.不会引起同类产品的直接竞争，有利于中小型企业避开与大企业的正面交锋，潜心发展壮大企业。
- 5.可以自主选择广告时间、区域，灵活性大，更加适应善变的市场。
- 6.想说就说，不为篇幅所累，广告主不再被“手心手背都是肉，厚此不忍，薄彼难为”困扰，可以尽情赞誉商品，让消费者全方位了解产品。
- 7.内容自由，形式不拘，有利于第一时间抓住消费者的眼球。
- 8.信息反馈及时、直接，有利于买卖双方双向沟通。
- 9.广告主可以根据市场的变化，随行就市，对广告活动进行调控。
- 10.摆脱中间商的控制，买卖双方皆大欢喜。
- 11.宣传单页广告效果客观可测，广告主可根据这个效果重新调配广告费和调整广告计划。

如何把宣传单做得更好

宣传单页优点虽多，并非见得你的宣传单页就会人见人爱。再好的东西，就像一块稀世宝石，如果它的闪光点不为世人所知，终究也只是块石头。一份好的宣传单页，并非盲目而定。在设计宣传单页时，假若事先围绕它的优点考虑更多一点，将对提高宣传单页的广告效果大有帮助。宣传单页的设计制作方法，大致有如下几点：

- 1.设计人员要透彻了解商品，熟知消费者的心理习性和规律，知己知彼，方能百战不殆。
- 2.爱美之心，人皆有之，故设计要新颖有创意，印刷要精致美观，吸引更多的眼球。
- 3.宣传单页的设计形式无法则，可视具体情况灵活掌握，自由发挥，出奇制胜。
- 4.充分考虑其折叠方式，尺寸大小，实际重量，便于邮寄。
- 5.可在折叠方法上玩些小花样，比如借鉴中国传统折纸艺术，让人耳目一新，但切记要使接受邮寄者方便拆阅。
- 6.配图时，多选择与所传递信息有强烈关联的图案，刺激记忆。
- 7.考虑色彩的魅力。
- 8.好的宣传单页莫忘纵深拓展，形成系列，以积累广告资源。在普通消费者眼里，宣传单页与街头散发的小报没多大区别，印刷粗糙，内容低劣，是一种避之不及的广告垃圾。其实，要想打动并非铁石心肠的消费者，不在你的宣传单页里下一番深功夫是不行的。

宣传单页的发放技巧

在发送宣传单页的时候我们发放宣传单页人员经常会遇到这种情况，很多路人接过传单来看一眼之后就随手把宣传单扔掉，导致了很多宣传单都飘散在街道上面，风一吹，传单就会四处飘落，给城市的环境遭成了影响，同时也给环卫工人带来了很大的压力，浪费商家的钱还让发放宣传单页的人有一种挫败感。下面我们就讲讲怎样才能更有效的发放宣传单页。

发传单的技巧一：就是不要让行人从还没接触到你的传单就知道你的传单的内容了，要是不的话他们会在老远的地方就决定不接你的传单了，所以呢，要把传单倒着来发或者拿着背面对着人的。

发传单的技巧二：一般第一个人接你的传单，后面的接下来几个人都会因为第一个人接了之后产生好奇心所以也会接的，所以呢，在派发的时候一定要找准发的第一个对象，这个很重要。就是不要让行人从还没接触到你的传单就知道你的传单的内容了，要是不的话他们会在老远的地方就决定不接你的传单了，所以呢，要把传单倒着来发或者拿着背面对着人的

房地产广告类型 根据广告的目的，房地产广告大致可分为四种类型：

1、促销广告

大多数的房地产广告属于此类型，广告的主要目的是传达所销售楼盘的有关信息，吸引客户前来购买。

2、形象广告

以树立开发商、楼盘的品牌形象并期望给人留下整体、长久印象为广告目的所在。

3、观念广告

以倡导全新生活方式和居住时尚为广告目的。例如”广州后花园”概念盘就是传播一种在繁忙紧张工作之余，去郊外居所里享受轻松生活的新观念。

4、公关广告

通过以软性广告的形式出现，如在大众媒介上发布的入伙、联谊通知，各类祝贺辞、答谢辞等。

房地产广告的地位

在房地产项目的销售过程中，广告的作用就是“巧传真实”。就是以深具吸引力，说服力及记忆点的广告语，以最震撼人心的方式把产品中与消费者最相关的部分，即所谓“真实”的东西巧妙地传达给消费者，这个“震撼人心”表现在三个点上，即相关性(relevance)，原创力(originality)，震撼力(impact)。

针对每个不同领域，不同价值，不同档次的房地产项目，创作的广告则更应懂得从消费者的观点来操作，另外，应该注意两点：一是反映人性，其二是发现，建立全新的连接，让人为之神移。

广告在地产项目销售过程中的地位是如此的重要,旨在广告能增加项目品牌的价值。一个生动而精彩的演示或隐喻能够给项目或产品所带来的附加价值。具体地说有三点：

1、区分

在竞争性的市场空间中，我们并不期待相同的产品都是一个标准，一个生动的创意能使一个产品脱颖而出，并在消费者的心智中把它提升到竞争者之上。

2、易记

一个生动的广告创意能保证一个产品的想象超越广告登载的时间而驻扎在受众的心智中。

3、持久

产品常处于竞争性价格战、促销等情形中，而一个生动的创意有助于对之保护。

。

"房地产公司楼书 宣传dm广告单页印刷 促销活动宣传单页设计印刷"的设计内容为单页