

# 天津房地产新媒体策略 瑞吉广告

产品名称	天津房地产新媒体策略 瑞吉广告
公司名称	天津市瑞吉广告有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	天津市西青区李七庄澜溪园三区
联系电话	022-23937598 13821732405

## 产品详情

### 一、网络媒体、户外媒体等新兴广告媒体的特点：

现代社会是信息化的社会，迅猛发展的互联网正以前所未有的广度和深度进入人类文明的社会生活。在这个时代中，网络以其无所不包的特征，已经深深地融入到经济生活的每一个层次中，任何产业都不可能脱离网络的影响而存在，房地产业，作为二十一世纪看好的热门产业，也正在日益的网络化。网络房地产作为一种新兴的虚拟经济与现实的网络房地产的结合体，特别是在中国这个特定的环境中它不可能发展的像美国等高度发达国家中一样形成一个完善的全能性的房地产营销。网络房地产网上直销模式而现在摆在我们面前的的问题是：

1)、就中国目前的网络安全性来说和，还很难支持房产这种大宗商品交易。现在就国内也没有大规模的网络靠网络来销售房地产，网络的安全性之差是有目共睹的事，而作为房产这种大宗交易并非儿戏，试问有哪个消费者敢拿自己辛辛苦苦积攒的安家钱来做实验；

2)、缺乏必要的法律保障，至今在我国还没有一部比较正式的网络营销法案出台。这样，一旦出现纠纷，究竟如何处理，消费者的权利如何维护；

3)、消费者在观念上还没有接受在互联网上进行房产这种大宗商品的交易。在中国，作为广大的消费者而言，购买房产往往是一个人、一个家庭积蓄几年、十几年、甚至几十年的劳动所得才能购买的。因此，几乎所有的购买者在决定购买之前，总有一个漫长的选择比较的过程，他们不可能仅仅依靠

网络将大笔的款项付给鼠标。因为，虽然网络的大信息量和快捷的特点能够将购买者的选择过程便捷化、效率化，但是购买者对房地产的感性消费观念是网络无法取代的，所以在再短时间内改变消费者的传统消费观念决非易事。

4)、也是最重要的一点，就是网络的虚拟性决定它不可能取代实际的房产。

二) 户外广告由于比较直观，特别是位置好的固定地点却也能吸引很多人眼求。再者目前户外广告太多的要依赖城市管理的限制，如果因为国家对户外广告的某项制度，户外媒体就会受到影响。另外户外广告还是容纳的信息很明显，只能显示一个电话或者联系地址等，这也表明了户外不是地产的首选媒体。

## 二、房地产广告的媒体投放策略

综合各种媒体的优势分析，平面媒体仍然一直是房地产商的广告投放重点。平面媒体在房地产广告具有非常重要的地位。这是由媒体的传播介质、形态而决定的。对报纸而言，广告客户关心的是“发行量”，其实发行量一个重要的指标，但他并不能准确的体现出该报纸的实力。因为报纸的价值在于它的阅读人群，而发行量不等于阅读人群，其中还有传阅率的因素。 $\text{发行量} \times \text{传阅率} = \text{阅读人口}$ 。媒体如何体现这些阅读人口的价值？这些就需要我们判断我们的目标读者人群、发行渠道范围、报纸的内容、品质、服务、社会的公信力影响力等系列综合因素。由于报纸容纳的信息较多，还可以通过策划、内容、图片把房产广告所诉求的任何一素都能充分的表达出来。目前的房地产行业都他通行这样一个原则：70%---75%投向平媒，另外25%或投网络、户外、广播、电视用于特殊告知或者做个形象宣传。