

天津房地产广告投放效果评估 瑞吉广告

产品名称	天津房地产广告投放效果评估 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

房地产广告媒体投放效果的评估

所谓媒体投放效果，指广告信息通过选定的媒体传播之后，在社会上或者对消费者所产生的影响和对企业带来的效果。因此，媒体投放效果体现为：社会效果、经济效果和心理效果三个方面。从企业角度看，它直接关注的效果是通过广告活动能给企业带来多少经济效益。

1、房地产广告社会效果的测定

房地产广告的社会效果，主要表现在广告对消费者产生的社会影响，它包括两种：1)广告推出前2)广告推出后2、房地产广告销售效果的测定

房地产广告的销售效果，集中反映出企业在广告促销活动中的营销状况，销售效果的测定是衡量广告活动的中心环节，一般以统计学相关原理与运算方法来测定：1)广告效果比率法2)广告效益法3)广告费比率法3、房地产广告心理效果的测定

房地产广告心理效果是指广告目标经过特定的媒介传播后，对消费者心理活动的影响程度。是以广告的收视率、兴趣与欲望、产品知名度等间接促进销售的因素为依据，测定受众对广告的印象以及引起的心理效应。1)事前测定2)事中测定3)事后测定4、对房地产开发商的建议

房地产是一个极具本土化的行业。虽然建筑、设计、策划、经营模式我们可参考学习国外的房产经验。但在广告代理发布上，笔者建议不要让外资广告代理。因为4A公司大多是随着国际大品牌进入中国市场的，而房地产这样一个极具本土化的行业，更适合本土广告。