

社区电梯框架广告

产品名称	社区电梯框架广告
公司名称	北京美宇文化传媒有限公司
价格	980.00/块
规格参数	高铁站广告:42*57 规格:42*57 价格:980
公司地址	北京市朝阳区安华里五区18号楼06层18-22内612室
联系电话	13911259094

产品详情

北京电梯海报广告 北京电梯挂板广告 北京电梯轿厢广告投放电话；

北京电梯轿厢广告 北京电梯轿厢广告投放 北京电梯轿厢广告招商 北京电梯轿厢广告执行 北京电梯轿厢广告发布电话；

北京电梯挂板广告 北京电梯挂板广告投放 北京电梯挂板广告招商 北京电梯挂板广告发布 北京电梯挂板广告执行电话；

北京电梯内广告 北京电梯内广告投放 北京电梯内广告招商 北京电梯内广告发布 北京电梯内广告执行 北京电梯内广告联系电话；

北京电梯广告 北京电梯挂板广告 北京电梯轿厢广告 北京电梯海报广告 北京电梯内广告 北京电梯广告执行电话；

北京楼宇广告 北京楼宇广告投放 北京楼宇广告招商 北京楼宇广告执行 北京楼宇广告咨询电话；

北京楼宇电梯广告 北京楼宇电梯广告投放 北京楼宇电梯广告发布 北京楼宇电梯广告招商 北京楼宇电梯广告公司 北京楼宇电梯广告咨询电话；

北京楼宇挂板广告 北京楼宇挂板广告投放 北京楼宇挂板广告招商 北京楼宇挂板广告发布 北京楼宇挂板广告咨询电话；

北京楼宇广告 北京楼宇挂板广告 北京楼宇电梯广告 北京楼宇广告投放电话；

、为什么适合并且需要在电梯广告上投放

- 1、。电梯广告的受众是文化层次较高、收入较高、消费能力较强的群体。从这一点上说，中的产品的目标消费群体正是电梯广告媒体的受众。
- 2、 电梯广告媒体信息传递量大，展示时间长的特点正好可以满足新产品、品牌传播的需要、传递新产品上市信息、产品促销信息传递的需要。
- 3、 受众到达率高。基于电梯的时间等待、空间狭小和受众反复乘坐等特点，决定了广告阅读的不可避免和反复性，目标客户阅读广告内容的主动性。到达率更高达。可以很自然地强化消费者对新产品、新品牌的认同感，以及提升新产品、品牌、忠诚度和联想度。
- 4、 贴近性：电梯媒体直接面对目标受众的特点，成为广告传播渗透性 的媒介。可以强烈地刺激消费者的购买欲望。
- 5、 电梯广告作为新兴媒体，其部分受众是传统的媒体难以到达的，是现有媒体的重要补充，是进行市场推广的传播途径。
- 6、 电梯广告媒体费用低。（在投放费用预算中体现）

北京电梯媒体各级别分析

经济型楼盘

主要分布：朝阳区（望京；亚运村；CBD等区域）海淀区（中关村；上地等区域）东城区；西城区；宣武区；崇文区；丰台区。

时尚型楼盘

楼盘概述：拥有良好的服务及质量，为近些年来建成的写字楼。社区环境舒适、优雅，采用国内电梯，拥有齐备的物业管理设施及完善的社区服务。

业主特征：电梯媒体受众主要以上班族为主，客流量较大。欣赏水平较高，更注重生活品质，工作占用时间较长，看电视、报纸的时间较少，活跃时段在节假日。

主要分布：北京市二环沿线；东三环；北三环沿线；北四环区域。

电梯广告受众分析

北京地区电梯广告的受众群收入分析：3000-6999元占43.4%、5000 - 12000元占29.2%、12000元或以上占27.4%。

北京地区电梯广告的受众群学历分析：高中及以下占3.5%、中专或技校占22%、大专占18%、大学或以上56.5%。

北京地区电梯广告的受众群年龄分析：45-54岁占9.6%、24岁以下占16.7%、25-45岁73.7%。

北京地区电梯广告的效果分析：不太深刻占3%、一般占12.4%、非常深刻占35.1%、比较深刻占49.5%。

北京地区电梯广告接受度分析：一般占2%、比较接受占48.5%、非常接受占49.5%。

北京地区电梯广告的关注率分析：不太看（乘坐四次电梯少于看一次）占1%、有时候看（乘坐四次电梯至少看一次）占17%、经常看（乘坐两次电梯至少看一次）占42%、每次乘坐电梯都会看（乘坐四次电梯看四次）40%

- 1、居民平均每天使用电梯5次。
- 2、居民平均每周有2位嘉宾到他们的公寓。
- 3、85%的评论认为电梯广告是受欢迎的（多的评论：它让你在电梯里有事可做）
- 4、82%的人认为电梯广告读起来很有趣。
- 5、98%的居民认为电梯广告避免了尴尬（如果没有广告，在电梯里只能相互不自然的对望或目不转睛地盯着楼层和天花板）

电梯广告受众人次与发布成本

电梯广告每天每部受众人次420次

$4\text{人次/天} \times 3.5\text{人/户} \times 3\text{户/层} \times 10\text{层/部} \times 1\text{部} = 420\text{次}$