

如何以低成本投放户外LED广告来达到传播效果？

产品名称	如何以低成本投放户外LED广告来达到传播效果？
公司名称	上海锐翼广告有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	上海市徐汇区田林路140弄28号227室
联系电话	400-6060-217 18701805758

产品详情

大家都知道投放广告的形式有很多种，而成本是一个很常见的问题，如何用低成本来达到传播的效果，是广告主投放户外LED广告的时候都要考虑的事情。那么，在不同的时期，具体要怎么做呢？

1、品牌导入期

长短结合的户外LED广告投放策略非常有效。一般来说，在这个阶段巨额的户外广告宣传费用必不可少，但是可以通过户外LED广告长短结合的组合投放策略，降低宣传成本。

所谓长短结合的投放策略，指的是长效媒体与短效媒体的组合投放。公交车广告、公交车候车亭广告、户外大牌广告、灯箱等户外媒体投放周期较长，其广告影响周期也较长，属于长效媒体。而户外LED广告、地铁内包车广告、电梯框架广告等投放周期短，则属于短效媒体。长效媒体与短效媒体的组合优势在于，在品牌推广初期，可以通过不同媒体组合投放扩大传播范围，帮助品牌迅速占据消费者的生活空间，提高品牌的知名度。

在这一时期，广告主可以采用动静结合的投放策略。在品牌成长期，品牌之间的竞争重点在于争夺市场份额，这一时期的宣传是以触及目标消费群体为主要宣传目标。在这一时期，广告主可以采用动静结合的投放策略。动静结合指的是动态媒体与静态媒体的组合投放。典型的动态户外广告如公交车身广告、地铁内包车广告等，而静态户外广告则是候车亭广告、户外LED广告等。

不同的户外媒体所营造的宣传场景不同，接触到的消费者类型不同。动静结合的户外广告投放方式，一方面可以充分利用不同户外广告的优势，触及到更多的目标消费者，另一方面，可以通过动态媒体的优势，在扩大传播范围的同时减少宣传成本。

2、品牌成熟期

这一时期，广告主可以采取多元化媒体组合投放策略。品牌成熟期，品牌在本地区已有相当的知名度，这一时期的户外LED广告的重点是保持品牌忠诚度及强化品牌的美誉度。这一时期，广告主可以采取多元化媒体组合投放策略。即根据目标消费者的活动轨迹，在标志性地段有针对性的投放户外LED广告，

以此达到强化消费者的品牌记忆，保持品牌的美誉度的目的。

在实际投放中，广告主可以在购物、途中、住宅这几个具有标志性的场景中，选取不同的户外媒体类型，实现户外广告多元化组合投放。需要特别注意的是，在进行户外LED广告组合投放的过程中，媒体数量的选择至关重要，关系到能否节约投放成本，以及节约多少投放成本。

户外LED广告的传播效果是很明显的，要如何用低成本来达到理想的效果，这个可以找专业的户外LED广告公司来做，欢迎来电咨询锐力传播，我们会给您最省心的投放方案。

请咨询锐力传播www.1th1.com王先生：13917737715（微信同号）