

农村刷墙广告价格 天津农村刷墙广告 鸿彩广告

产品名称	农村刷墙广告价格 天津农村刷墙广告 鸿彩广告
公司名称	枣庄鸿彩广告有限公司
价格	面议
规格参数	
公司地址	山东省枣庄市滕州市平行路金孔府写字楼
联系电话	15665207066

产品详情

随着我国市场经济的飞速发展，市场竞争愈演愈烈，商家产品推广平台呈现多元化，广告行业一些可投放的资源也是呈现了逐渐紧缺的局面。而墙体广告行业则在近年来异军突起，农村刷墙广告价格，深受广告主的青睐。枣庄鸿彩广告有限公司是集户外墙体广告、户外墙体喷绘、户外门头店招等多种户外媒体于一身，进行整体运作的墙体广告公司，其中墙体广告和户外墙体喷绘是公司的强势媒体。也是业内少数具有整合营销传媒能力的领导企业。致力于整合政府优势资源，以经营公益事业促进企业的品牌发展。

进入乡镇市场，首先让你感觉吃惊的是他们居然会认定百事与可口可乐是二线品牌，而非常可乐是一线品牌，甚至他们的日常生活中会出现一大批所谓的品牌，即便是营销专家也未必听说，却不知雀巢、和路雪是何方神圣。乡镇市场格局由此也可见一斑。

在乡镇市场，大家对品牌概念的淡然，使得这种品牌透支式的促销形式更加可行，毕竟在乡镇，这样的营销模式几乎是主流，消费者见惯不怪，不这么做他们反倒觉得难以接受。所以传播途径很重要，选择一个能深入人群的传播方式，在消费者心中形成品牌口碑认知，农村刷墙广告费用，能达到事半功倍的效果。

口碑效应最深入人心

在地域广袤的城镇，目标受众的区域分布结构无疑是相当分散的，这不仅造成分销成本的居高不下不说，达到一定水平为主要前提条件的诸多营业推广也难以开展。

但是，乡镇消费群体在沟通上却是相对集中的，在城市，门对门的住户老死不相往来也不足为奇，而在乡镇，尤其在农村，居民相互之间有着千丝万缕的亲缘关系，加上闲暇时间尤其的充裕，彼此之间的交

往、沟通比较多，从传播的角度来看，口碑效应是农村主要的、有效、成本也是低传播途径。

农村墙体广告形成口碑效应

大品牌要想进军低级市场，则需要在传播途径上因地制宜，选择受众容易接受的传播方式。农村墙体广告覆盖地区广泛，能很好地应对受众区域分布问题，在村庄有限的空间内做墙体广告不仅有较高的接触率，而且有较高的接触频次。而且农村地区网络普及率不高，互联网广告无法有效开展，天津农村刷墙广告，其它传统媒体覆盖率远不如墙体广告，加上墙体广告作为农村最有亲和力的广告形式，在信息传达上远远优于其它广告形式。墙体广告已经伴随了人们100多年的历史，无论是农村还是城郊，墙体广告都在默默的影响着农民的意识形态，在逐渐拓宽着农民视野，在“家电下乡”、“汽车下乡”的道路上起着航标灯的作用，是一种从农民中来、在到农民中去的一种宣传形式，具有历史亲善性。

品牌下乡是一个值得深入探讨的课题，在此我们只是进行营销推广层面上的浅析，在实际中，我们还需要进行战略部署，考虑更多的问题。

随着我国市场经济的飞速发展，市场竞争愈演愈烈，商家产品推广平台呈现多元化，广告行业一些可投放的资源也是呈现了逐渐紧缺的局面。而墙体广告行业则在近年来异军突起，深受广告主的青睐。枣庄鸿彩广告有限公司是集户外墙体广告、户外墙体喷绘、户外门头店招等多种户外媒体于一身，进行整体运作的墙体广告公司，其中墙体广告和户外墙体喷绘是公司的强势媒体。也是业内少数具有整合营销传媒能力的领导企业。致力于整合政府优势资源，以经营公益事业促进企业的品牌发展。

纵观当下中国二手汽车市场版图不难发现，无论是活跃度、增幅，还是体量，三到五级市场正在逐步体现出独有的优势，并且在整个二手汽车市场中的地位愈来愈重要。当下中国三到五级二手车市场方兴未艾，广大中小城市和农村市场的消费潜力将得到进一步释放，二手车平台战略重要的地方开始向三四级市场转移，向五六级市场下沉。

“我们估计2018年新车市场增长将会放缓，三至六级和农村市场将是二手车平台关注的重点。二手车市场将迎来爆发增长，通过我们对二手车市场的监测，交易量中1.6L及以下排量车型预计将占70%~80%。”中国汽车流通协会秘书长肖政三对2018年车市做出预测。

李春雷认为，三至六级汽车市场呈现出多元化融合的新特征。具体来看，主要体现在四方面：首先，三四级市场融合五六级市场。五六级市场消费者可以共享三四级市场的营销服务。其次，电商渠道融合了2S、3S、4S店及代理商，共享客户与服务资源。第三，营销形式多元融合——汽车会展、传媒融合汽车文化、运动、旅游，给汽车企业提供了更多的推广品牌、展示产品、实现促销的机会和平台，多种营销形式共助车市繁荣；汽车产品多元融合——轿车、MPV、城市型SUV、越野型SUV、皮卡、房车、改装车、卡车，都有巨大市场空间。第四，客户群体呈现出多元融合——普通消费者融合汽车发烧友，买车人、玩车人共促汽车消费增长。

据统计目前全国有地级市500个左右，县级市2100多个，有5万多个乡镇，农村家庭占家庭总量的67.6%。三至六级市场是二手车的广阔天地，而农村墙体广告是三至六级市场高性价比的推广方式。从前赴后继的汽车墙体广告，可管中窥豹车企对农村市场的重视。

随着我国市场经济的飞速发展，市场竞争愈演愈烈，商家产品推广平台呈现多元化，广告行业一些可投放的资源也是呈现了逐渐紧缺的局面。而墙体广告行业则在近年来异军突起，深受广告主的青睐。枣庄鸿彩广告有限公司是集户外墙体广告、户外墙体喷绘、户外门头店招等多种户外媒体于一身，进行整体运作的墙体广告公司，其中墙体广告和户外墙体喷绘是公司的强势媒体。也是业内少数具有整合营销传媒能力的领导企业。致力于整合政府优势资源，以经营公益事业促进企业的品牌发展。

作为大品牌、奢侈品，就算价格再降，但对于三四级市场的消费者而言还是较高。不仅如此，在跨国品牌渠道下沉过程中，其山寨产品等问题都是亟需仔细考量的，更不用说一些有地方性特点的城市，如果不能因地制宜，则有可能面临惨败。而面对如此复杂的课题，为何大品牌还是要如此坚决地下乡呢？

三四级市场对于国际品牌有哪些吸引力？

1. 政府的支持，国际奢侈品牌们在一二线城市司空见惯，而对三四线城市来说却是如获至宝，政府必然会大开绿灯和积极扶持；
2. 文化的力量，在一二线城市已经出现了“backtobasic(回归自我)”的趋势，然而在三四线城市“用品牌来证明自己”正方兴未艾；
3. 市场的潜力，尽管三四线市场平均收入和支出水平仍低于一二线城市，但毕竟人口基数大，潜力依然不小，尤其是江浙地区民营经济产生大量的私营业主，他们拥有远超城市居民的消费能力和消费欲望；
4. 竞争激烈度低，农村刷墙广告制作，三四线市场的相对空白，使得国际奢侈品牌们无须面对在一二线城市如此强大的竞争，竞争小自然日子好；
5. 盈利能力高，在三四线城市，媒体费用、人力支出、运营成本相对较低，价格竞争的程度也小得多，盈利水平将超过一线城市。

国际品牌在中国的销售策略或路线是怎样的？

尽管三四线城市近几年来实现了长足的增长，但和一二线城市相比差异仍相当显著，所以必须采取差异化营销，也就是对两类城市采取不同的营销策略，简言之：

1. 对一二线城市以保持自己的顾客为主，考虑如何提高顾客的忠诚度、如何让顾客买得更多等，焦点将在于完善CRM(顾客关系管理)、新产品开发和品牌管理；
2. 对三四线城市以开拓新顾客为主，考虑如何提高知名度、如何提高便利性等，焦点将在于传播组合和渠道终端建设。

中国三四级市场是未来中国企业角逐和征战的大市场，但如何进入是个很大的问题。如果战略制定不对，尺度掌握不好则有可能在新的战场一败涂地。

农村刷墙广告价格-天津农村刷墙广告-鸿彩广告由枣庄鸿彩广告有限公司提供。农村刷墙广告价格-天津农村刷墙广告-鸿彩广告是枣庄鸿彩广告有限公司（www.gg666666666.com）今年全新升级推出的，以上图片仅供参考，请您拨打本页面或图片上的联系电话，索取联系人：高经理。