**广告营销策略**

**早该帮 编制**

经过对广告销售学习，使我知道了：随着我国市场经济体制的日益完善，广告的作用也越来越大，已经成为各行各业发展战略中不可缺少的组成部分，成为企业开拓市场、促销产品、树立形象的主要途径。而广告销售与创意又是广告的灵魂，是“广告赋予精神和生命”的活动。书中，详细地讲述了广告销售的基本原则、运作程序、\_作方式及实施技巧，广告销售的结构以及广告销售书的编制方法。

一、广告的基本概念

首先须要掌握的是广告的概念。广告有广义和狭义之分，狭义广告指的是商业广告;而广义广告包括赢利性广告和非赢利性广告。广告销售是全课程中较为重要的概念，广告销售是根据广告主要的营销计划和目标，在市场调查、预测的基础上，对广告活动战和策略以及实施等进行系统的、整体的筹划。在广告销售与创意过程中，我们要清楚什么是广告目标、广告对象、广告创意、广告媒介等，这些既是广告销售的基本内容，也是广告学中最基本的概念。在进行广告销售的策略时，我们掌握的有广告战略销售、广告策略销售、广告媒介销售、广告创意销售等基本概念，以及相互之间的联系和区别。

二、广告销售是一个完整的销售体系，要对广告活动的内容进行全面销售。它包括广告目标、广告对象、广告主题、广告内策略、广告表现策略、广告预算及效果检验等，只有事先对上述问题进行周密、具体的销售，才能保证广告活动有条不紊地顺利实施。广告销售与创意的基本内容有：1、广告环境分析。广告销售是从广告环境分析开始的，在广告策略制定之前必须对广告环境作出正确判断与分析。广告环境包括自然环境、国际环境、产业环境、企业环境、商品环境以及竞争对手的广告环境。2、广告目标确定。广告活动的最终目的是为实现营销目标进而实现企业目标服务。广告目标与长期目标、短期目标、广告活动目标和特殊目标之分，通过不同目标的实施，达到促进产品销售、树立良好形象等目的。

3、广告对象确定，要明确广告对象的范围、消费水平、心理特征等，这样才能有效地提出广告的诉求重点。4、广告传播区域确定。5、确定广告主题，这是广告所要表达的重点和中心思想，如何选择主题是广告策略的重要表现。6、确保广告创意，把广告主题形象生动地表现出来。7、广告媒介选择，不仅要根据广告目标来定，而且在选择时还要考虑媒介的综合费用。8、广告费预算，它是成功广告销售的前提，支撑着整个广告销售的内容。9、决定广告实施策略，这是为达到广告目标而采取的具体措施和手段。10、广告效果评估，不仅是对广告计划的实施进行检查和评价，更重要的是随时对广告活动的情况进行反馈与控制，从而保证整个广告活动能够按预订的计划与目标进行。广告活动是广告经营的全过程，广告活动要想达到广告的目标和要求，必须要有一套完整的规划和程序。其动作程序可分为以下几个阶段：市场调查研究是广告活动的开端，也是广告销售活动的前提和条件，其关键在于广泛收集有关信息，然后根据调查的资料信息，写出分析报告，并在此基础上拟定计划对策。第二阶段为拟定计划阶段，拟定计划的主要内容有确立整体广告战略、广告目标、确定广告中的具体策略及广告销售书的形成，这是广告活动的重要环节，也是决定广告成功与否的关键。

第三阶段为执行计划阶段，是在广告销售的基础上，具体设计制作广告，经过审核评估，确定广告的发布实施。最后，在实施过程中，要经常对广告效果进行科学准确分析，及时进行信息反馈，以调整广告整体销售。

三、广告销售的主要策略

广告对产品的宣传策略，关键是造成同类产品间的差别化，这是广告销售中的灵魂。广告销售的主要策略有：

1)广告战略销售，这是全局性、方向性的销售，在一定时期内具有相对的稳定性，一般包括三方面内容：一是整体思想的确立，二是广告战略的目标与重点，三是广告战略方案的设计与实施。

2)广告策略销售，是属于广告战略的一个组成部分，是实现广告目标的具体对策和重要手段，有较大的灵活性。从广告策略使用的领域看，常用的有广告产品策略、广告市场策略、广告竞争策略、广告实施策略等。

3)广告媒介销售，是广告整体销售中的主要环节，总的来说，广告媒介的选择与组合必须与产品的整体市场战略一起考虑，才能充分发挥它的有效性，并成为整体广告活动中出奇制胜的关键因素之一。

4)广告创意销售，是以市场为目标，以消费者为中心，为企业的战略目标服务的艺术表现手法，它是在广告销售全过程中确立和表达主题的创造性思维活动。

四、总结

广告销售书就是广告活动运作程序的书面体现，包括市场调查分析、广告目标确定、广告创意确定、公共促销活动、媒介安排、广告预算及广告效果评估等方面，它是广告活动成功的基础。虽然我们不一定每个人都会从事广告行业，但是我们都必须与广告打交道。因此，我们必须关注广告，认识广告。

关键词：

参考文献：[1]早该帮https://bang.zaogai.com/item/BPS-ITEM-26949.html