

An abstract graphic on the left side of the slide. It features a large, light gray circle. Inside this circle, there are many thin, concentric, irregular lines that create a ripple effect. In the center of these lines is a solid black, irregular shape that resembles a drop or a splash.

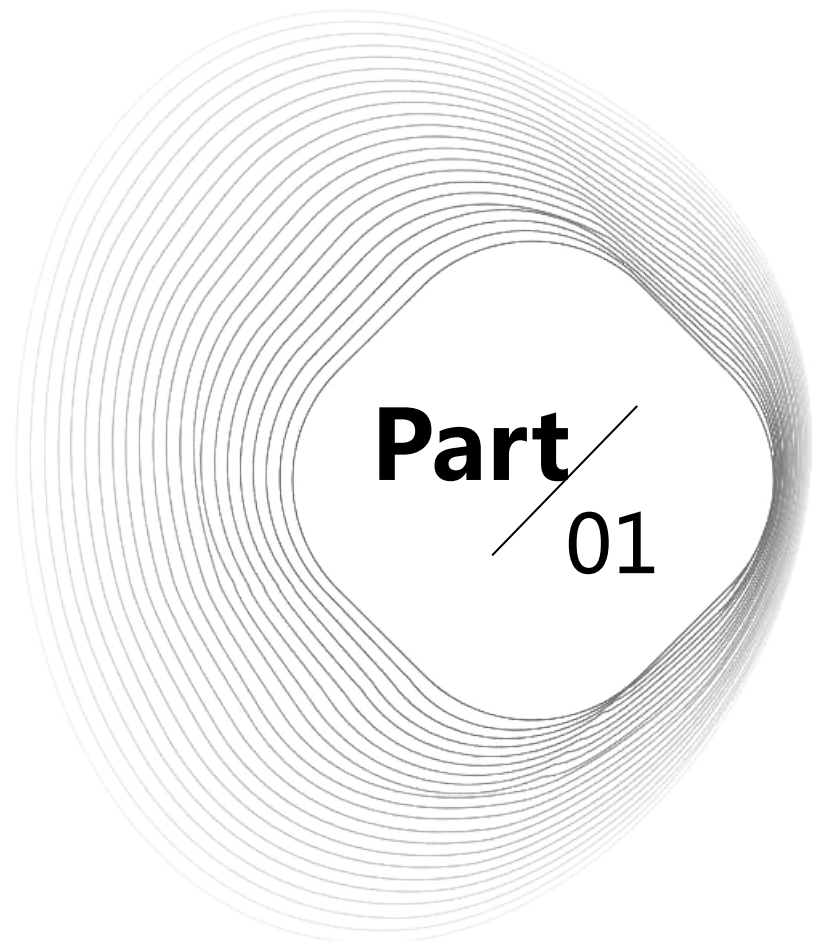
# 广告行业理解受众 对广告的心理认知

汇报人：XX

2023-12-31

# 目录

- 受众心理认知概述
- 受众对广告的心理反应
- 广告创意与受众心理认知
- 媒介选择与受众心理认知
- 数据驱动下的精准营销与受众心理认知
- 未来趋势及挑战



# 受众心理认知概述



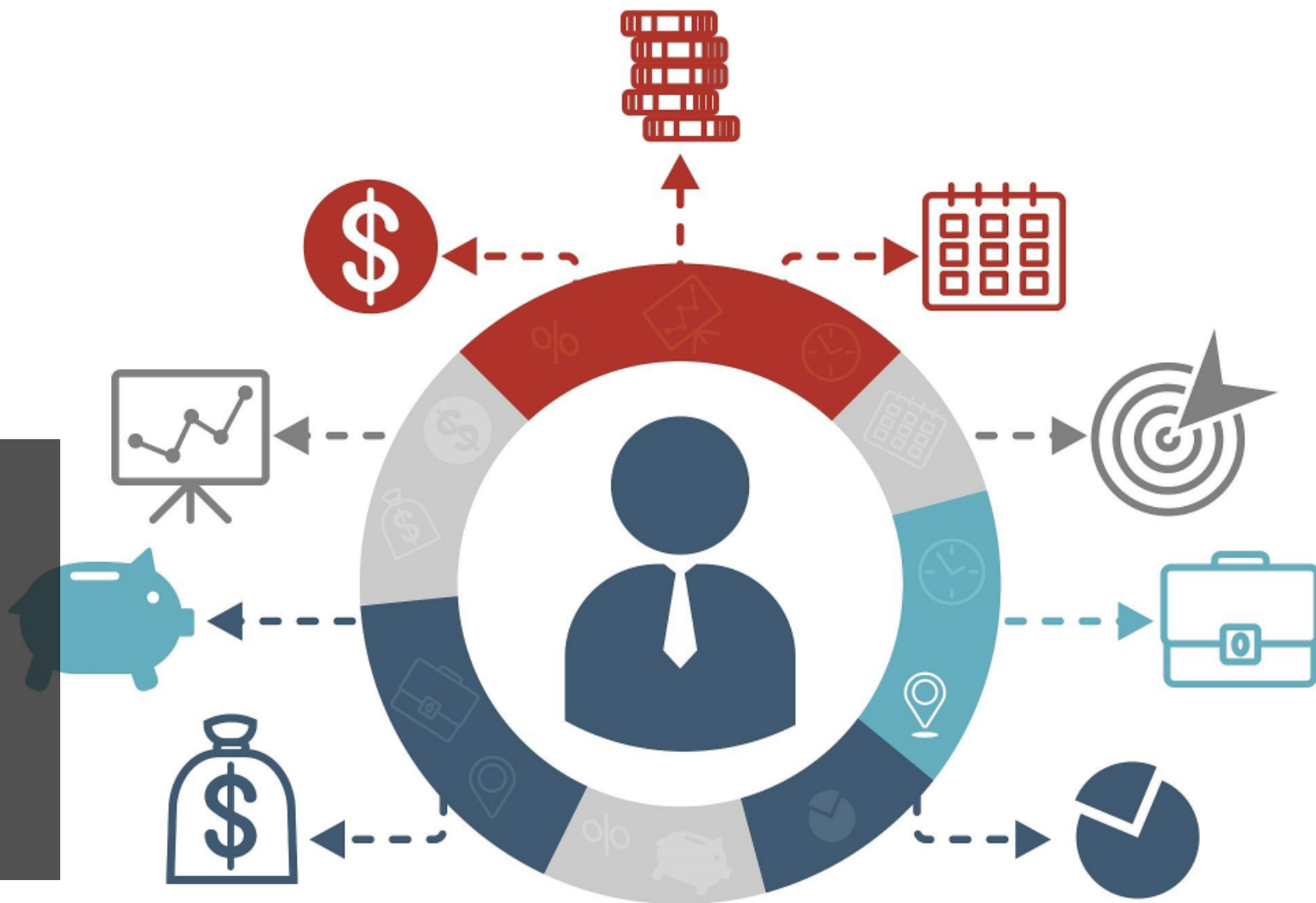
# 定义与重要性

## 定义

受众心理认知是指消费者对广告信息接收、处理、记忆和反应的心理过程。

## 重要性

了解受众心理认知有助于广告人更好地把握消费者需求，提高广告效果，实现营销目标。





# 心理认知过程

## 注意

1

消费者注意到广告信息，  
是心理认知的起点。

## 反应

4

消费者对广告信息产生情  
感共鸣或行为反应。

## 理解

2

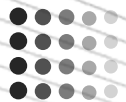
消费者对广告信息进行解  
读和理解，形成初步认知。

## 记忆

3

广告信息在消费者脑海中  
留下印象，形成长期记忆。





# 影响因素

## 文化背景

不同文化背景下的消费者心理认知存在差异。

## 个人经验

个人经验和经历会影响消费者对广告信息的理解和反应。

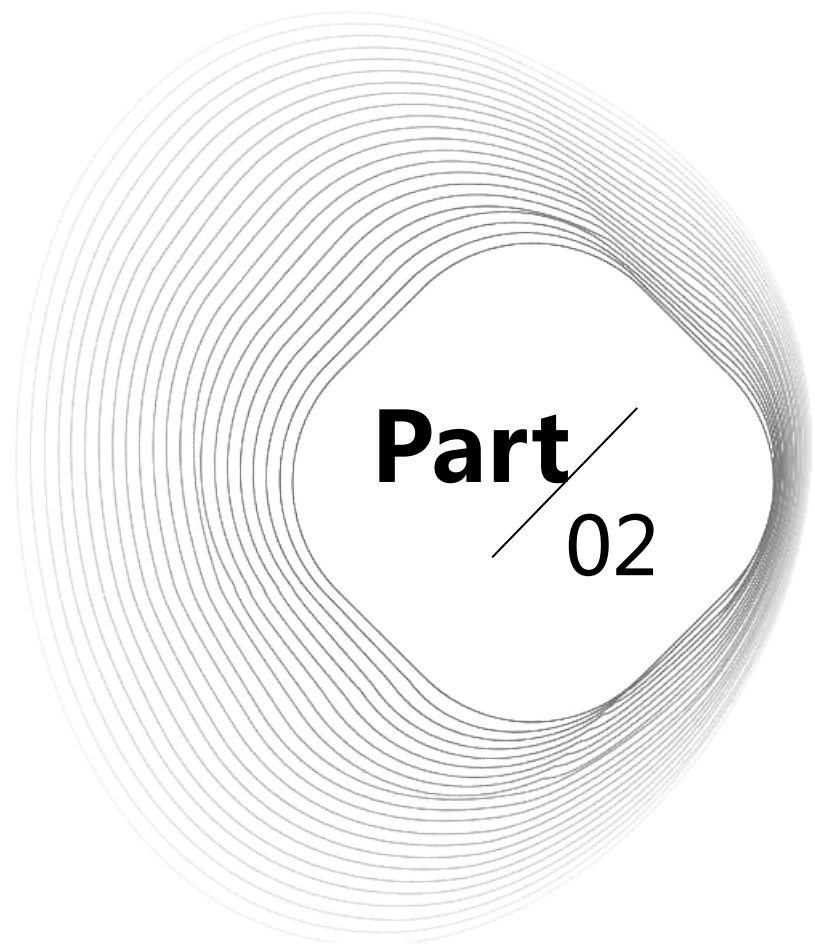


## 媒介环境

不同的媒介环境和传播方式会对受众心理认知产生影响。

## 广告创意

广告创意的吸引力和感染力会影响消费者的心理认知过程。



## 受众对广告的心理反应

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：  
<https://d.book118.com/398100060007006060>