

从广告创意角度看传统媒体的未来

数字化广告效果



Presenter name

Agenda

1. 传统媒体的定义和历史
2. 传统媒体挑战与机遇
3. 数字化对传统媒体影响
4. 传统媒体广告创意
5. 广告创意人员的角色



01.传统媒体的定义和历史

传统媒体定义和历史

什么是传统媒体？

传统媒体的定义与分类



01

传统媒体的定义

指传统的印刷、广播、电视等传媒形式：
指传统的印刷、广播、电视等传媒。



02

传统媒体的分类

包括报纸、杂志、广播、电视等



03

传统媒体的范畴

主要用于信息传播和新闻报道的传媒形式

传统媒体的历史发展

媒体的演变趋势



01

印刷术的发明

印刷术的出现极大地推动了传统媒体的发展，为信息传播提供了更高效的方式。



02

电视广播的兴起

电视广播的出现使得传统媒体进入了一个新的时代，人们可以通过电视接收到更加丰富的内容



03

互联网的普及

互联网的普及使得传统媒体面临了巨大的挑战，传媒公司纷纷转型，将业务拓展到互联网领域。

传统媒体的种类和形式



了解传统媒体的多元化形式

1

报纸和杂志

报纸是最传统的媒体形式，每天发布新闻和报道。杂志则更注重深度分析和特定领域的报道。

2

电视和广播

电视通过视觉和声音传递信息，广播则只通过声音传递信息。两者都是人们获取新闻和娱乐的重要来源。

3

海报和传单

海报通常用于宣传活动和产品，传单则用于传递特定信息，如促销活动和产品介绍。

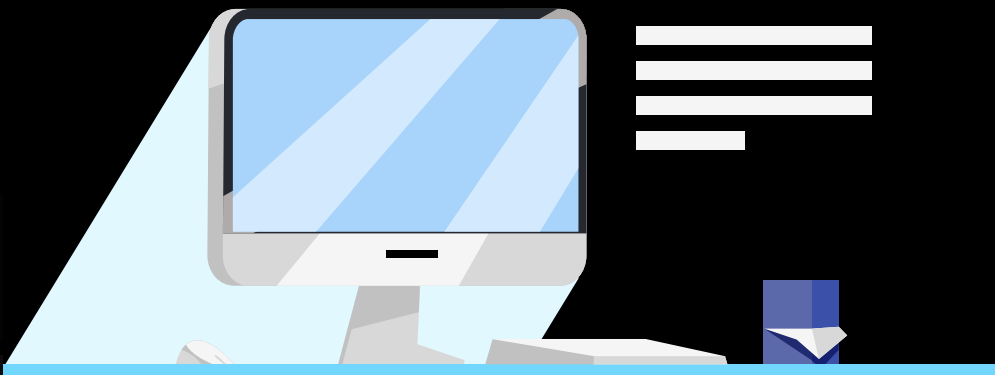


02.传统媒体挑战与机遇

传统媒体挑战和机遇

传统媒体面临的挑战

机遇与挑战并存



广告向数字化转移

传统媒体广告费用逐渐减少

01

观众接受广告下降

需要更具创意和互动性的广告形式

02

面对数字媒体竞争

传统媒体需要加强自身的品牌和内容建设

03

传媒变革中的机遇

传统媒体的优势



01

受众群体广泛

传统媒体能够覆盖不同年龄、地域和教育背景的人群

02

品牌形象塑造

传统媒体通过广告的形式能够更好地传达品牌形象和价值观

03

持久性和可信度

传统媒体广告在受众心理上更具有持久性和可信度

传统媒体的机遇

传统媒体转型的必然选择

01

内容创意能力

重视内容创意，提升品牌价值

02

品牌传播优势

广告覆盖面广，品牌曝光度高

03

用户口碑影响力

用户口碑传播，影响力持续扩大

传统媒体如何应对挑战

多元化布局应对挑战

拥抱数字化趋势

积极转型，拓展数字化业务

01.

02.

加强品牌建设

提升品牌知名度，增强品牌影响力

拓展跨界合作

与其他行业合作，实现资源互补

03.



03.数字化对传统媒体影响

数字化时代冲击传统媒体

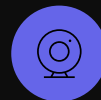
数字化冲击传统媒体

数字化威胁传统媒体



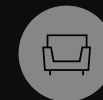
传统媒体生存困境

数字化技术威胁传统媒体的存活



数字化媒体的优势

数字化媒体的优势令传统媒体不容忽视



传统媒体积极转型

传统媒体需积极寻求转型之路

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/756243210222011001>