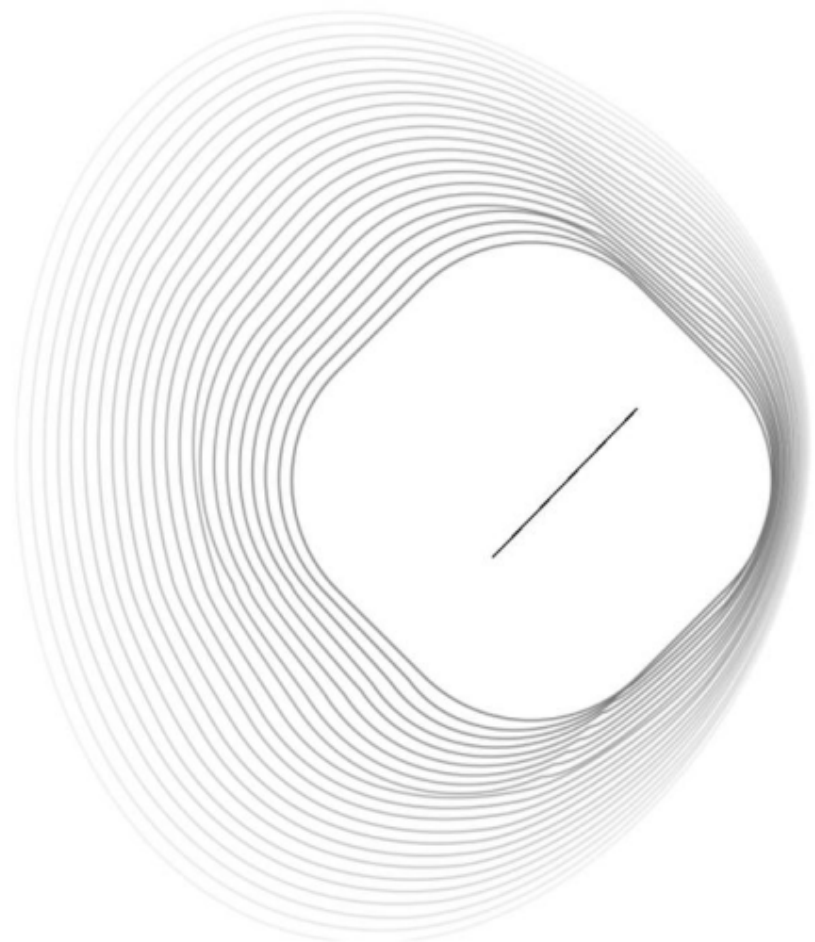


黑弧奥美协信城商业
传播策略提案课件

目录

- 项目背景
- 传播策略
- 创意设计
- 效果评估与优化
- 预算与报价



项目背景



协信城项目简介

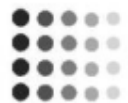


协信城项目是一个集购物、餐饮、娱乐、休闲为一体的综合性商业中心，位于市中心繁华地段，拥有优越的地理位置和丰富的商业资源。

项目总建筑面积达到10万平方米，拥有多个主题区域，如时尚购物区、美食广场、儿童天地等，旨在满足不同消费者的需求。



协信城项目的投资方为知名房地产开发商，建设周期为两年，计划于2023年正式开业。



商业传播现状分析



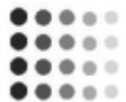
协信城项目在商业传播方面存在一定的问题，如缺乏统一的品牌形象和传播策略，导致品牌知名度和影响力不足。



当前市场竞争激烈，商业传播的同质化现象严重，需要采取差异化的传播策略来吸引目标受众。



现有传播渠道较为单一，主要依靠传统媒体进行宣传推广，缺乏新媒体和社交媒体的运用。



目标受众分析

1

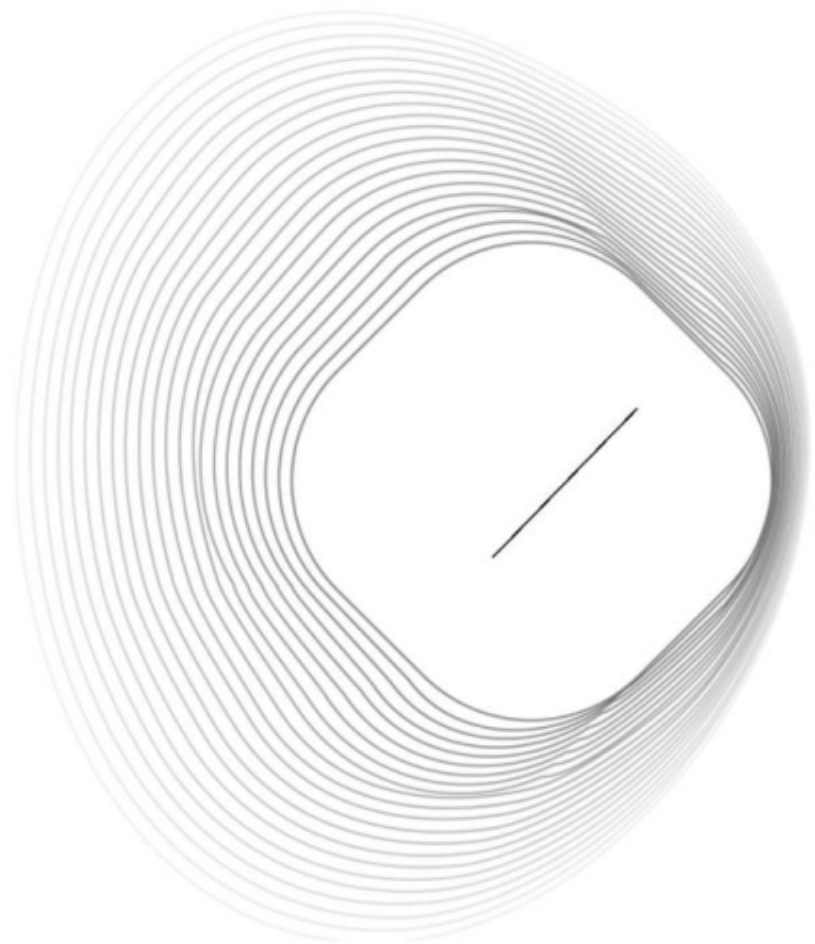
目标受众主要包括周边的居民、上班族、学生等，年龄层次在**20-50**岁之间。

2

目标受众的消费习惯和需求较为多样化，包括日常购物、休闲娱乐、餐饮等。

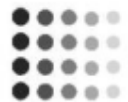
3

目标受众对于品质和体验有一定要求，更倾向于选择有品牌知名度和良好口碑的商业中心。



传播策略





媒介选择与组合

1

传统媒体

利用报纸、杂志等传统媒体进行品牌宣传和信息传递，覆盖更广泛的受众群体。

2

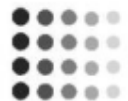
网络媒体

利用社交媒体、网络广告等网络媒体进行精准营销，提高品牌知名度和用户粘性。

3

线下活动

通过举办各类线下活动，如新品发布会、时尚秀等，吸引目标客户群体，提升品牌影响力。



内容创意与制作

01

创意设计

运用独特的创意和设计元素，打造吸引人的视觉效果，增强品牌辨识度。

02

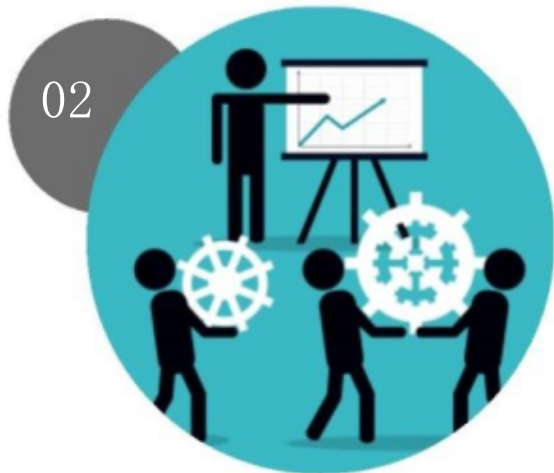
内容策划

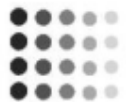
根据目标受众的特点和需求，制定有针对性的内容策划方案，包括文字、图片、视频等形式。

03

制作质量

注重内容的制作质量，保证传播信息的专业性和准确性，提高品牌信誉度。





传播执行计划

STEP 01

传播渠道

根据不同的传播目标和受众群体，选择合适的传播渠道，实现传播效果的最大化。

STEP 02

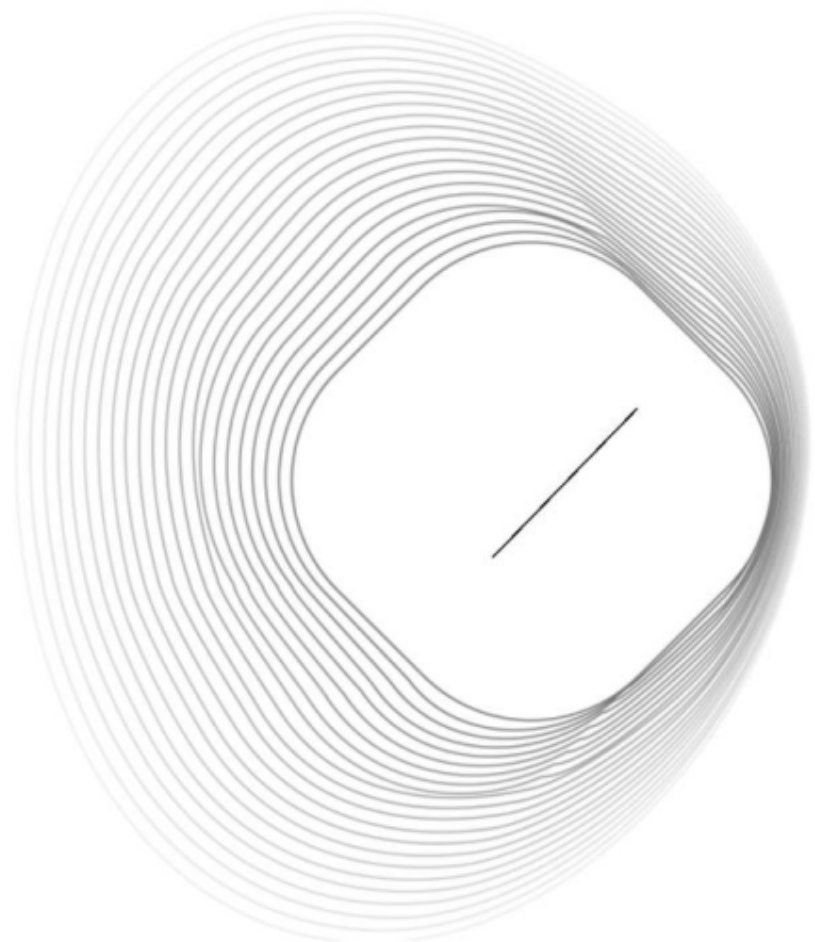
时间安排

制定详细的传播时间安排，确保各阶段传播活动的有序进行，合理分配资源。

STEP 03

预算分配

根据传播目标和资源实际情况，制定合理的预算分配方案，确保各项活动的顺利进行。



创意设计

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/93805203306006066>