

# 第三章 广告战略策划

广告战略目标  
广告实施策略



# 3.1 广告战略概述



## 一、广告战略

### 1、含义

企业针对千变万化的市场形势而在广告活动中所采取的**长期对策**。

是一定时期内企业广告活动的指导思想和总体构思，是带有全局性的决策，是为实现总目标或根本利益而制定的**行动纲领**。

整体广告战略是**围绕目标与问题并结合环境因素**而确定的。



# 3.1 广告战略概述



## 一、广告战略

## 2、特点

(1) 总体性

(2) 系统性

(3) 目的性



# 3.1 广告战略概述



## 二、广告战略策划含义

根据**市场分析、消费者分析、企业及产品分析、竞争者分析**所获得的资料，为实现**广告目标**和各阶段的目标而制定出全局性和长远性的**广告活动策略**的过程。



# 3.1 广告战略概述



## 三、广告战略策划内容

- 1、整体思想的确立
- 2、广告战略目标的确立
- 3、广告战略方案设计



# 3.1 广告战略概述



## 四、广告战略思想的确立

战略思想：

指导广告活动达到目标的**基本观念和思路**。



# 常见战略观念



战略观念	战略目标	特征	广告表现重点
积极进取型 战略观念	改善自身市场地位 扩大市场份额	果断行为参与市 场竞争	竞争性明确 针对性强
稳健防御 战略观念	维持现有市场地位、 份额及利益	谨慎、稳健	强调老品牌 打造忠诚度
高效集中型 战略观念	实现短期目标、 造成绝对优势	突击性行为、 短平快、 灵活反应	信息精准 夺人眼球
长期渗透型 战略观念	求得长期效益、 提高知名度、 树立形象	持续、渐进的 渗透方式	稳定的信息强化、 打造品牌偏好



## 3.2 广告战略目标



### 一、广告战略目标的确立

#### (一) 含义

广告战略目标是广告活动的总体要求，规定着广告活动的总任务，决定着广告活动的行动和发展方向。

战略目标的选择，取决于广告企业的经营目标和促销目标。





## 3.2 广告战略目标



### 二、常见的广告战略目标

#### 1、按照内容划分

- (1) 产品推广目标—新产品
- (2) 市场扩展目标—新市场
- (3) 销售增长目标—市场渗透
- (4) 企业形象目标—打造品牌



## 3.2 广告战略目标



### 1、按照内容划分

#### (1) 产品推广目标

旨在扩大产品的影响，希望通过一个阶段的广告活动使企业的产品为**目标市场的消费者接受**。

一般注重产品**知名度与美誉度**的提高，注意**广告覆盖面**和目标市场消费者对**广告**的**接受率**。  
适用于企业**新产品**的宣传。





**HUAWEI Mate10 Pro**

华为 | 徕卡 联合设计 

**11月15日 正式开售**



**预见未来**

搭载人工智能芯片·卓越性能·强劲续航

\* 图片仅供参考，请以实物为准



## 3.2 广告战略目标



### 1、按照内容划分

#### (2) 市场扩展目标

旨在拓展新的市场，希望通过一个阶段的广告活动使一批**新的消费者**加入本企业产品的消费行列。

一般注重在新的消费群体中**树立产品或企业的形象**，注重**改变**这些消费者的**消费观念**，广告战略具有较强的竞争性和挑战性。





# 海飞丝®

专为男·女分别设计  
强健发根又去屑



为女士而设

为男士而设

@海飞丝实力达人秀





Cnice  
纳爱斯

牙膏分男女  
清新各不同

牙膏分男女  
有她清新更动人

Cnice  
纳爱斯  
清新有她

Cnice  
纳爱斯  
清新有他

纳爱斯

纳爱斯

Detailed description: This is a promotional advertisement for Cnice toothpaste. The background is a vibrant cyan. On the left, a man in a silver suit stands on a blue ring, holding a small green object. On the right, a woman in a pink suit stands on a pink ring, holding a small pink object. In the center, two boxes of Cnice toothpaste are displayed. The top box is pink and labeled '清新有她' (Freshness with her), and the bottom box is yellow and labeled '清新有他' (Freshness with him). Above the boxes, the slogan '牙膏分男女 清新各不同' is written in large, stylized characters. The Cnice logo and the Chinese name '纳爱斯' are visible in the top left and on the boxes.



**舒客+**  
美容级口腔护理

**白天隔离 夜晚净化**

**舒客+** 早隔离  
立体劲白  
去垢除菌牙渍 防止色素再附着  
净含量: 65克

**舒客+** 晚净化  
立体劲白  
去垢除菌牙渍 防止色素再附着  
净含量: 65克

**送**

舒客+  
30秒  
美白时刻  
净含量: 99.9g



## 3.2 广告战略目标



### 1、按照内容划分

#### (3) 销售增长目标

通过一个阶段的广告活动使企业的总销售额或某一类产品的**销售额能增长**到一定的程度。

一般注重**对消费者购买欲望的刺激**。

适用于在市场上已有一定影响力和销路的产品。





Redmi K30 系列

# 5G先锋 全速热爱

12.3-12.10 打Call解锁抽奖，赢“王一博签名Redmi K30”等明星周边



## 3.2 广告战略目标



### 1、按照内容划分

#### (4) 企业形象目标

旨在扩大企业的影响，希望通过一个阶段的广告活动能提高企业的知名度和美誉度，或提供某种服务，以显示企业对社会和大众利益的关注。

注重同目标市场消费者之间的信息和情感沟通，努力增强目标市场消费者对企业的好感。



119 “全民消防 找代言”  
119大型公益活动

# 安全生产，检验 企业家的良知与责任

关注消防 平安你我

GUANZHUXIAOFANG PINGANNIWO



公安部消防局宣传教育中心 监制 | 杭州市公安消防支队 宣  
浙江省公安消防总队



代言人  
宗庆后





纯净, 经得起考验



## 3.2 广告战略目标



### 二、常见的广告战略目标

#### 2、按生命周期阶段划分

(1) 创牌广告目标

(2) 竞争广告目标

(3) 保牌广告目标



## 3.2 广告战略目标



### 二、常见的广告战略目标

#### 2、按生命周期阶段划分

##### (1) 创牌广告目标

一般着重于开发新产品、开拓新市场。

在广告活动中，着重宣传新产品的性能、特点和功效，以提高消费者对产品商标、厂牌的认识、理解、记忆程度，加深对产品的印象，从而提高产品的知名度。







**饿了别叫妈**  
**叫 @饿了么**

**和你一起拼**

SINCE 2008

科技美学



## 3.2 广告战略目标



### 2、按生命周期阶段划分

#### (2) 竞争广告目标

竞争广告目标在于**提高产品的市场竞争力。**

在广告活动中，把重点放在**突出广告产品与同类产品相比较而存在的优异之处**，并努力转变消费者对竞争产品的**偏好**态度，促使其转而购买和使用广告产品。





**GREE 格力**  
[格力中央热水]

格力空调好  
空气能热水器当然好

格力空气能热水器  
比传统热水器



省电 **75%**



手机扫一扫  
了解更多详情



**超节能**

省电75%，更舒心



**超安全**

水电分离，更放心



**超舒适**

全天候恒温出水，更贴心



**节能惠民  
就选格力**

服务热线 **4008-365-315**

格力空气能热水器

搜索

好空调·格力造  
[www.gree.com](http://www.gree.com)



## 3.2 广告战略目标



### 2、按生命周期阶段划分

#### (3) 保牌广告目标

广告活动中，致力于**加深对产品的认识和印象。**

着重劝说和诱导消费者**保持**对自己产品**已有的好感和偏爱**，增加对产品的信心和信任，形成消费者对产品的**购买习惯**。



六神®

经典六神原香

记忆中夏天的味道



便携喷雾  
六神原液



## 3.2 广告战略目标



二、常见的广告战略目标

3、按效果划分

(1) 广告促销目标

(2) 广告传播目标



## 3.2 广告战略目标



### 3、按效果划分

#### (1) 广告促销目标

广告活动所要达到的促销指标。

主要指结合企业的短期促销活动，实现具体的利润增长率、销售增长率、市场占有率等目标。





Walmart  
沃尔玛

Save money. Live better.  
省钱省心好生活

本彩页有效期: 2012.6.2-2012.6.13

1. 均一价  
**均一价**  
3. 均一价  
5. 均一价  
10. 均一价  
15. 均一价  
20. 均一价

海量均一价, 省心好选择!



礼品卡 一种选择·万般心意

苏宁天猫联合推出

双百亿  
补贴



## 3.2 广告战略目标



### 3、按效果划分

#### (2) 广告传播目标

广告活动所要达到的心理指标。

结合企业的长期广告投放，主要针对提升目标消费者对广告信息的视听率、读者率和注意、理解、记忆、反应等内容。





专业去屑  
一点也不留



更好去屑  
一开始就有效





## 3.2 广告战略目标



确定广告目标的原则：

1、有挑战性

2、客观性

3、指标之间有联系

4、不宜过多

