

恒泰证券

HENGTAI SECURITIES

投资者教育基地

广告营销的法则

2020 - ALL
RIGHTS

INITIATIVE

Contents

目录

01

广告是什么

02

广告营销手段

03

品牌溢价

1

广告?

广告是什么

广告一词，首先源于拉丁文advertere，其意为注意、诱导及传播。

中古英语时代（约公元1300—1475年），演变为Advertise，其含义衍化为“使某人注意到某件事”。

直到17世纪末，英国开始进行大规模的商业活动。这时，广告一词便广泛地流行并被使用。



“在每小时 60 英里时，这辆新劳斯莱斯最大的噪音来自电子钟”
——现代广告宗师 大卫·麦肯兹·奥格威

广告的目的

谁发起？



生产者（企业）



通过



给谁看？



消费者（顾客）

“用各种方式劝你买买买！”
“我的产品非常好！快掏钱吧”

广告可以很直观



这是什么产品的广告？

展现了什么卖点？

你会想买吗？

你来的话，会怎么设计？

广告可以不太直观



这是什么产品的广告？

展现了什么卖点？

你会想买吗？

你来的话，会怎么设计？

2

广告营销

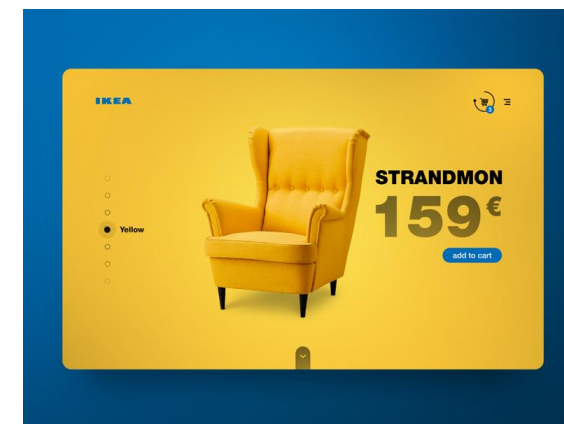
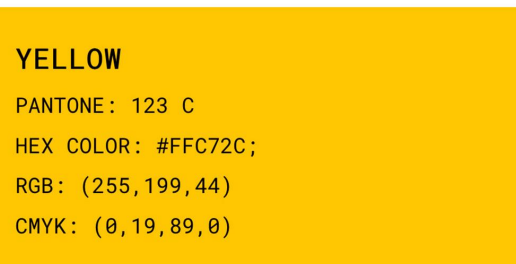
广告的手段

基于心理学、设计学、经济学，优秀的广告会用到很多的技巧和方法。
比如：

家族设计 经典颜色

洗脑神曲 你爱我，我爱... .. ?

经典口号 充电五分钟，... ..?



广告活动的要点

- a. 传递合适的销售信息；
- b. 触及到适当的消费群体；
- c. 选择适当的时机；
- d. 花费合理的成本；



回想一下，这个广告适合放在哪里？想要卖给谁？

优酷



8848
Ti Mobile Phone
钛金手机

向成功的人生致敬

万科董事局主席 王石

小罐茶
总裁专享



babaka

背背佳
U9矫姿带

儿童优选
舒适不勒

矫正价¥
299

开肩直背 舒适透气



好记星E6000
掌握英语更简单

[了解详情](#)



你觉得这些成功案例有什么共性？

恒泰证券

HENGTAI SECURITIES

投资者教育基地



- 一 . 合适人群 (消费能力 , 消费意愿)
- 二 . 高端营销 (企业家宣传 , 精美制作)
- 三 . 产品定位 (成功人士必备 , 好学生必备)

营销鬼才 —— 杜国楹

“把稻草变成黄金”

别忘了...高昂的广告费用来自? 恒泰证券

HENGTAI SECURITIES
投资者教育基地

NKE收益表

i

年度 季度

全部折叠

截止:	2021 31/05	2020 31/05	2019 31/05	2018 31/05
总收入 ▾	44538	37403	39117	36397
收入	44538	37403	39117	36397
其他收入合计	-	-	-	-
收入成本合计	24541	21162	21643	20441
毛利	19997	16241	17474	15956
经营开支总额 ▾	37651	34693	34345	31952
销售/一般/管理费用合计	12811	13126	12702	11511
研发	-	-	-	-
折旧/摊销	-	-	-	-
利息开支(收入) - 营运净额	-	-	-	-
例外开支(收入)	299	405	-	-



3

什么是品牌溢价

一張圖說明品牌溢價：

恒泰證券

HENGTAI SECURITIES

投資者教育基地

Supreme 憑什麼這麼貴？



HKD\$1

HKD\$7800

*在ebay上的價格

賣的不是磚，而是生活品味

Business Digest

品牌溢价

恒泰证券

HENGTAI SECURITIES

投资者教育基地

品牌溢价是指知名度更高的品牌，定价比相同或相近商品高出许多的现象。



VS



- 说出三个品牌溢价的例子
- 并试着指出，他们是因为什么特点才拥有了这样的溢价

比如

- 某大牌 运动鞋
- 某豪华品牌 汽车
- 某奢侈品牌 挎包



品牌溢价

恒泰证券

HENGTAI SECURITIES

投资者教育基地

大牌运动鞋：大牌球星代言，顶级赛事赞助，前沿科技使用；

可以让消费者觉得购买了这些顶级的运动装备就能和运动员们一样足下生风，飞天遁地。

豪华汽车：悠久的历史，顶级的机动性能，豪华的内饰设计；

可以让消费者觉得购买了这些豪华汽车就能像影片里一样驰骋天地，一马平川，优雅地越过艰难险阻。

奢侈品手包：潮流明星代言，外国进口面料，当季时尚设计；

可以让消费者觉得购买了这些奢华的品牌包就能拥有时尚优雅的标签，成为都市名流，职场精英。

品牌溢价

恒泰证券

HENGTAI SECURITIES

投资者教育基地

品牌溢价是在为大家想要拥有的美好生活幻想付额外的钱

商品价格

恒泰证券

HENGTAI SECURITIES

投资者教育基地

200



VS



2000

设计成本

低

高

营销

低

高

品牌

低

高

售后

低

高

生产成本

40

60

更贵的商品并不一定意味着更好更优的，你多付出的钱基本上都花在了别的地方。

比如品牌建设、公司管理、公关营销、明星代言 等等...



我们真正
需要的

一辆小轿车
(或是公共交通)

我们认为我
们需要的

一辆豪华跑车

广告商想让我
们认为我们需
要的

一辆 F1 赛车

- 这些真的是你一定需要的吗？
- 理性消费，适度消费。
- 消费更多是为了满足自己的需求，而不是趋炎附势，追名逐利。
- 买买买只是众多娱乐消遣活动中的一种。

找一个最近购买的商品，完成调研表

你在哪里知道的这个品牌？
你在哪里知道的这款商品？
你在哪里见过相关的广告？
去搜一下，他的成本大概有多少？
你觉得有多少钱花在广告上了？
找到 3 款类似的同类产品，他们是更贵还是更便宜？

恒泰证券

HENGTAI SECURITIES

投资者教育基地



买前要三思

再见！

See U!