

为什么上市公司还在打广告 - 企业做好了网站为什么还做推广?-股识吧

一、企业为什么要做广告

我不是广告界的朋友..不过我也想就此问题说说看法.企业做广告可以提高企业的知名度,让市民知道有这么个企业,而且做了广告可以让市民知道企业的产品是什么,有什么作用,为此,市民更加了解这个企业和这个企业的产品,一个企业的名誉度和知名度有了,,那么这个企业才可以在市场竞争中取胜,,所以一般一些有能力的企业都会为自己做广告,,虽然做广告的费用是巨大的..但是只要广告卖出去了,,那么得到的收益也是巨大的..不过前提是,,广告要做得好..

二、为什么现在的企业都必须做网络推广?

企业为什么要做网络推广,广州尔码互动营销公司认为:1、传播范围最广:网络的传播它不受时间和空间的限制,它通过国际互联网网络把信息24小时不间断地传播到世界各地,只要具备上网条件,任何人,在任何地点都可以阅读。

这是传统媒体无法达到的;

2、交互性强:交互性是互联网络媒体的最在的优势,它不同于传统媒体的信息单向传播,而是信息互动传播,用户可以获取他们认为有用得信息,厂商也可以随时得到宝贵的用户反馈信息。

3、针对性强:根据分析结果显示,网络广告的受众是最年轻,最具活力,受教育程度最高,购买力最强的群体,网络推广可以帮您直接命中最有可能的潜在客户。

4、受众数量可准确统计:利用传统媒体做广告,很难准确地知道有多少人接受到广告信息,而在internet上可以通过权威公正的访客流量统计出每个客户被多少个用户看过,以及这些词用户在查阅的时间分布和地域分布,从而有助于客商正确评估效果,审定广告设放策略。

5、实时、灵活、成本低:在传统媒体上做广告发版后很难更改、,即使可以改动往往也须付出很大的经济代价,而在internet上能按照需要及时变更网络信息内容。这样,经营决策的变化也能及时实施和推广。

6、强烈的感官性:网络信息的载体基本上是多媒体,超文本格式文件,受众可以对感兴趣的产品了解更为详细地信息,使消费者能亲身体验产品、服务与品牌。这种以图、文、声、像的形式,传送多感官的信息,让顾客如身临其境般感受商品或服务,并能在网上预定、交易与结算,将更大大增强网络广告的实效。

三、为什么可口可乐那么有名气还要做广告啊?

除了新品上市，促销活动通知之外，简单的来说主要有以下原因：

- 1、巩固老朋友，结识新朋友
- 2、经商如行舟，不进则必退
- 3、给予老用户自豪感
- 4、实力展示，警示竞争者，有点军事演习的味道
- 5、形象维持，就像一个超红演员，总不露面的话慢慢的就被粉丝淡忘。

四、为什么银行还要做广告？

这个就想移动和联通为什么做广告一样～ 银行间的竞争决定了需要有广告；
银行业务发展决定了需要有广告；
银行要维护在客户心目中的形象决定了需要有广告。

五、企业做好了网站为什么还做推广?

您好，百度推广是向企业提供的按效果付费 的网络营销服务，借助百度超过 80% 中国搜索引擎市场份额，让有需求的人最便捷地找到适合自己的产品和服务，也让企业用少量投入就可以获得大量潜在客户、有效提升企业品牌影响力。
若具体了解推广详情或相关案例，您可登录*：[//e.baidu*/client/?refer=555](http://e.baidu*/client/?refer=555)或致电百度推广售前咨询专线：400-806-0017。

六、为什么总要看广告？

这个就想移动和联通为什么做广告一样～ 银行间的竞争决定了需要有广告；
银行业务发展决定了需要有广告；
银行要维护在客户心目中的形象决定了需要有广告。

七、为什么众所周知的品牌还要不停地打广告？

为什么很多家喻户晓的品牌还要继续投广告？在很多人看来，像可口可乐这样的已经家喻户晓人人皆知的品牌，是不是可以不用打广告了呢？难道停止广告人们就真的不买可口可乐了吗？为什么它还要一如既往地花这么多钱继续打广告呢？今天我就一起来聊一聊这个问题：一、健力宝的故事：“家喻户晓”从来都靠不住我们说可口可乐家喻户晓正是其持续投放广告的一个结果，然而“家喻户晓”从来都是靠不住的——我们来看一个曾经“家喻户晓”的典型例子——健力宝，当年被称之为“东方魔水”的健力宝是本图软饮料市场的一个奇迹。

其出色的广告让其坐上了国内饮料市场第一的宝座，1997年销售额达到了惊人的55亿，是百事可乐和可口可乐在中国销量的总和，那时橙色易拉罐的健力宝是众多80后童年的集体回忆，用“家喻户晓”形容一点都不为过，但如今对于95后、00后而言，很多人并不知道健力宝为何物。

健力宝的沉沦原因复杂，当然不能归结于不再投放广告，但它客观上为我们回答这个问题提供了一个绝佳的案例——曾经家喻户晓的品牌多年不打广告的结果就是消费者会忘记它。

事实上，健力宝并没有倒闭，目前还在销售，如今可口可乐、百事可乐、健力宝三种饮料同时摆在货架上，有多少消费者会选择健力宝？对于很多年轻的消费者而言，健力宝三个字已经不能让他们产生任何联想。

健力宝是我们解释品牌广告的一个典型的现象，那么这个现象的本质是神马呢？我们接着往下看：二、遗忘曲线：人们总是很健忘三、广告的作用机制：告知、说服、提醒、强化四、竞争和规模：如果你不做广告别人就会做由于文章篇幅有限，全文请移步至孔雀广告网官网或公众号观看全文，特邀作者简介：卫夕，新浪微博广告产品经理，致力于剖析互联网广告的基本逻辑、思路及技巧。

投广告，做物料，就上孔雀广告网，广告制作、广告服务、媒体广告投放一站式平台，广告明码标价在线出售，买广告像逛超市一样方便，江苏省广告协会战略合作支持平台。

参考文档

[下载：为什么上市公司还在打广告.pdf](#)

[《股票不开盘多久可以买》](#)

[《股票融资用多久合适》](#)

[《股票15点下单多久才能交易》](#)

[《股票违规停牌一般多久》](#)

[《混合性股票提现要多久到账》](#)

[下载：为什么上市公司还在打广告.doc](#)
[更多关于《为什么上市公司还在打广告》的文档...](#)

声明：

本文来自网络，不代表

【股识吧】立场，转载请注明出处：

<https://www.gupiaozhishiba.com/read/72615694.html>