

如何提高手机广告的反馈率 PDF转换可能丢失图片或格式，
建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/292/2021_2022__E5_A6_82_E4_BD_95_E6_8F_90_E9_c67_292358.htm 分众、定向、及时、互动、费用低……，手机媒体具备传统媒体无可比拟的优势，使其备受广告主的青睐，越来越多的商家开始采用这种精准的传播推广方式。手机广告有多种形式，包括PUSH类、WAP类、语音类及置入类等。PUSH类的应用在目前来说较为广泛，尤其是“PUSH短信息”，我们俗称“手机短信群发广告”，即本文所说的“手机广告”。反馈率是衡量此类广告的一个重要因素，也是信息发布者最为关注的要素之一。一次高反馈率的“短信群发广告”并不只是“群发”那么简单，在实际工作中，要切实提高短信广告反馈率需要系统的考虑如下几个方面：数据质量 这边的数据指的是目标受众群体的相关信息集合，影响反馈率的最根本的因素。包含两个方面的含义：A、数据的质 最关键的是目标群体手机号码数据的准确性。号码的准确才能确保广告信息的到达率。如果号码数据不准确，目标受众接收不到信息，则竹篮打水一场空。号码数据准确是最基本的要求，之后要检验受众是否和你的产品特征相匹配。针对消费者收入、职业、教育程度等人口统计数据及消费习惯等行为信息进行分析，看他们是否真正需要你的产品。就比如高端的产品，却针对普通大众进行传播，反馈率低就在情理之中了。数据的来源很重要。如果商家使用的是购买的外部数据，需要在海量的数据库中挑选出最适合自己的产品特征的数据进行传播推广。在考察数据准确性时，可以通过随机抽取部分数据来验证。B、数据

的量 在实际的传播推广执行中，数据需要保证一定的覆盖面。毕竟较好的反馈率需要一定的基数来保证。一般情况下，覆盖面越大，反馈率也越高。短信内容 这是另一个影响反馈的重要因素。一条短信广告只能容纳70个汉字，如何在如此短的文字里表达出有效的诉求，是个极大的挑战。通常要考虑到以下几个方面：A、信息要全面：确定要告诉目标消费者什么信息，一般最基本的要素需要包括：公司名称、产品或服务的诉求、联系方式。即要解答目标消费者在收到短信息后“这是什么？”、“谁发的？”、“和我有什么关系？”、“对我有什么好处？”、“怎么联系？”等等疑问。B、信息表现：要怎么样诉求才更有吸引力呢？短信内容需要简单明了，有冲击力，要用70个汉字吸引消费者，单纯显得尤为重要。突出产品对消费者的利益承诺是一个好的方法。C、外在因素：一个不容忽视的因素是，短信群发广告在目前的市场环境中，有一定的负面影响。目标消费者容易对短信广告产生不信任或反感等抵触情绪，所以在短信广告有限的字里行间里要尽可能的降低或消除这些负面影响，尽量出现发布信息的公司全称及使用专业术语塑造可信度。发送时间充分考虑目标群体的生活轨迹及习惯，选择合适的时间进行发送。减少对受众的干扰，尽量避免发布者自身人为制造受众对广告的反感程度。想象一下受众的可能在做什么，在其感觉无聊的时候发送给他。如针对上班族，就可以利用其下班途中坐公车的时间段。但你要是其在刚上班最忙的那段时间发给他，估计他会看也不看就删了你的广告信息，还不忘骂上一句。这中间仅仅是个时间先后的问题，但对效果的影响是难于估量的。发送频次任何一种广告形式都需要受众

接触一定的频次才能留下深刻印象或采取行动。手机广告也一样。但由于手机短信广告的特殊性，尤其要注意把握一定的度，否则就适得其反了。具体的频次安排要看产品的特征及实际需要来具体的安排。技术平台 现在市场上用于短信群发的软件多如牛毛，也存在不少投机取巧的“科技公司”。某些公司推出的群发软件在发送过程中，会出现信息大量丢失的现象，所以在选择的时候一定要注意选择正规公司开发或代理的群发软件。这样，既保证信息在发送过程中不被丢失，又提高短信广告的可信度。在发送完成后，抽取部分名录进行跟踪访问，一方面与消费者形成互动交流，取得市场第一手资料，另一方面也直接检验了信息的发送状况。总之，短信广告群发绝不是一件简单的事。需要信息发布者系统的安排整体传播计划，着眼细节，认真执行，才能有效提高手机广告的反馈率。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com