**推广方式**

**东环购物广场推广方案**

以在《××晨报》重要版面投放硬广告为主要推广方式，具体实施情况如下：

* 设计两期招商广告、两期形象广告，一期开业预告广告，开业前投放，此为5期。
* 开业当天在重要版面投放一期，元旦前再投放2期促销广告；之后，随经营形势再作广告计划，详案另定。

**推广周期**

**广告方案策略**

* 我们根据聚丰的实际情况及客户要求，将在8月初开业前后，配合招商内容，选择在《××晨报》重要版面密集投放多期广告，以迅速提高聚丰的知名度和影响力。
* 元旦、春节临近，2013年的商品销售高峰即将来到，聚丰赶上了一个最佳的入市时机。为充分利用这一契机，建议在两大节日前加大广告投放力度，以实现销售满堂红。
* 这次为聚丰购物广场创作的广告，有所创新突破。我们力求赋予聚丰一个年轻、时尚、流行的个性化形象，一个极具亲和力、大众化的服饰广场，并让“男人的世界，女人的天堂”的服饰大卖场形象深入人心。

**广告投放计划安排**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 7月11日 | 星期四 | 头版 | 1/4广告 | 报价：1350 |
| 7月13日 | 星期六 | 头版 | 1/2广告 | 报价：60000 |
| 7月25日 | 星期四 | A6版 | 1/2广告 | 报价：40000 |
| 8月1日 | 星期三 | A6版 | 1/2广告 | 报价：40000 |
| 8月4日 | 星期六 | 头版 | 1/2广告 | 报价：60000 |
| 8月6日 | 星期一 | 末版 | 1/2广告 | 报价：40000 |