**MỘT VÀI THÔNG TIN HỮU ÍCH**

**VỀ NHỮNG PHƯƠNG TIỆN TRUYỀN THÔNG CƠ BẢN**

1. **ƯU – NHƯỢC CỦA MỘT SỐ PHƯƠNG TIỆN TRUYỀN THÔNG CƠ BẢN**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| PHƯƠNG TIỆN | ƯU ĐIỂM | NHƯỢC ĐIỂM |
| Truyền hình | Phạm vi tiếp cận rộngHình ảnh, âm thanh chân thực, sôi độngChọn lọc được vùng địa lýCPM thấp | Tổng chi phí tuyệt đối caoThời gian phát ítTuổi thọ ngắnKhông xác định được phân khúc |
| Truyền thanh | Phạm vi tiếp cận rộngChọn lọc được đối tượng theo chương trìnhChi phí thấpTiếp cận được cả đối tượng khi đi trên đường | Thiếu tính sinh động của hình ảnhĐộ phủ tính theo khu vựcMức độ chú ý thấp |
| Báo | Phạm vi truyền thông rộngHình ảnh tương đối sinh độngThông tin nóng hổi, đúng lúcXác định được phân khúc | Đời sống ngắn CPM cao hơn truyền hình |
| Tạp chí | Xác định được phân khúc rõ ràngHình ảnh sinh động, rõ nétTuổi thọ quảng cáo dàiCó thể bổ sung thông tin nhờ bài viết của tạp chí | Chuyển đi thông điệp một chiềuCPM cao hơn truyền hình |
| Ngoài trời | Chọn lọc được vị trí địa lýTiếp cận được đối tượng không ở trong nhàMức độ lặp lại caoCPM trung bình | Mức độ chú ý thấpBối cảnh xung quanh lộn xộn |
| Thư | Chọn lọc đối tượng và trực tiếp giao tiếpTiếp cận đúng lúc, kịp thờiChi phí thấp | Khả năng chấp nhận thấpPhạm vi truyền thông hẹp |

*Ghi chú:* CPM (Cost per mille) là chi phí tính trên giá của một spot hoặc một trang trên số người xem (đọc).

1. **TÁC DỤNG CỦA MỘT SỐ PHƯƠNG TIỆN TRUYỀN THÔNG CƠ BẢN**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **PHƯƠNG TIỆN** | **KHÔNG NHẬN BIẾT** | **NHẬN BIẾT** | **CHẤP NHẬN** | **ƯU TIÊN** | **GẮN BÓ** | **YÊN TÂM TUYỆT ĐỐI** |
| **Truyền hình** |  |  |  |  |  |  |
| **Phát thanh** |  |  |  |  |  |  |
| **Affiches** |  |  |  |  |  |  |
| **Báo chí** |  |  |  |  |  |  |
| **Bài viết báo chí (PR)** |  |  |  |  |  |  |
| **Bản tin nội bộ** |  |  |  |  |  |  |
| **Thư trực tiếp** |  |  |  |  |  |  |
| **Tờ rơi** |  |  |  |  |  |  |
| **Internet** |  |  |  |  |  |  |
| **Hội chợ, hội thảo** |  |  |  |  |  |  |
| **Khuyến mãi/mại** |  |  |  |  |  |  |
| **Hậu mãi** |  |  |  |  |  |  |

*Ghi chú:*

|  |
| --- |
| Mục tiêu chính |
| Phần phụ thêm |