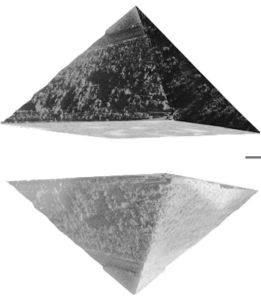


黄金大奖案



“

近年来,房地产市场风云变化,中原媒体广告市场“肌体”也开始“老化”,一边是一叠叠广告形成的厚报效应,一边是越来越无动于衷的市场。许多房地产广告并没有带来真正意义上的销售,缺乏实实在在的成交。

基于此,郑州晚报全新改版十周年“金版”推广季正式启动,特推出“黄金大劫案”周周送黄金活动,旨在通过新闻包装、话题预热引导读者介入,进而提升版面关注度和影响力,最终实现报纸、读者与开发商的三方共赢。

记者 王磊

”



龙腾“金”版“报”藏黄金 引导新阅读模式 发现“倒封底”价值

找找看,晚报有黄金

郑州晚报全新改版十周年 “金版”推广季正式启动

寻金秘籍

如何将“悬赏令”揽入怀中?

凡是周一至周六集齐郑州晚报“金版”的读者,均可参加郑州晚报“周周送黄金”活动。

五一节后,一则郑州晚报“集报送金条”的“悬赏令”在郑州市民中不胫而走,沸沸扬扬。

5月7日,郑州晚报A01版“找找看,晚报有黄金”广告的刊登,拉开了“黄金大劫案”活动的序幕,凡是周一至周六集齐郑州晚报“金版”的读者,均可参加郑州晚报“周周送黄金”活动。

于是,热情的读者急不迭地打来热线电话咨询,“怎么才能参加抽奖呀?金条是足金的吗?……”为了让读者心知肚明,记者就替您一探究竟。

据活动组委会负责人介绍,金版的推出,

是郑州晚报2012年的重磅动作。为此,晚报专门成立了一个金版读者俱乐部。加入俱乐部成为会员,那么你就有可能获得抽取黄金的资格。每期抽奖将抽取6~12名幸运读者,奖品为每人一条千足金金条,每条价值5000元。抽奖地点及细节待定,在这段时间,郑州晚报广告、新闻版与《第一地产》专刊版面上都将对每周“黄金大奖”活动进行大篇幅持续跟进报道,敬请广大读者密切关注。

他还表示,届时,郑州晚报新闻版与《第一地产》专刊版面上都将对每周“周周送黄金”活动进行大篇幅持续跟进报道,敬请广大读者密切关注。

持金同庆

“倒封底金版”重塑版面价值

郑州晚报“周周送黄金”活动是近期中原媒体市场上难得的亮点;黄金很有档次,容易提升版面的含金量和影响力。

纵观郑州媒体市场,广告竞争处处“刺刀见红”,总体而言,广告内容依然只重形式而忽略实质,广告市场亟待实现价值回归。

王先生是郑州晚报的忠实读者,他说,“现在看报纸就是看广告,广告多的像个信息海洋,读者的视线很容易就淹没在其中,能留下深刻印象的广告可谓凤毛麟角。如果广告能多一些体验式互动,我肯定愿意凑凑热闹。”

开发商则坦言投广告就像鸡肋,食之无味弃之可惜。一位不愿具名的开发商说到,在现在的市场形势下,不投广告有些可惜,投吧,效果又不太明显。这个时候,媒体如

果能有效策划些提升版面关注度和影响力的活动,我们还是愿意参加的。比如你们这次“抽黄金”活动,读者收集的版面上我们得想想如何把项目卖点加进去,抽奖活动当天,我们还计划印制些文化衫尽量留住人气。

业内人士指出,郑州晚报“周周送黄金”活动是近期中原媒体市场上难得的亮点,首先,黄金很能抓住读者眼球,形成广泛持续的持续关注效应;其次,黄金很有档次,容易提升版面的含金量和影响力;第三,这是楼市体验式营销的一次经典尝试,媒体与开发商共同挖掘刚需市场,这种创新值得鼓励。

重磅点击

看了这些您还担心没效果?

百万版面 强势宣传

整个五六月份,郑州晚报将在改版十周年之际,在每日的重要版面,不间断地对郑州晚报全新改版十周年幸运读者“周周送黄金”大型互动活动进行自宣广告和新闻报道,活动宣传版面价值将超百万。

集团互通 强势输出

活动期间,我们将联动中原报业传媒集团下属的郑州日报、中原网、中原手机报及其他媒体的平台,投入大规模重磅版面和官方网络页面对本次“周周送黄金”大型互动进行全方位宣传,持续刺激读者,烘托市场。

百万海报 全城互动

活动期间,郑州晚报将特别印制数百万份“周周送黄金”宣传海报,在城区的各个重点区域,包括郑州晚报遍布全城的销售点进行张贴、发放,展开高强度、大幅度的宣传攻势,让全城市民对此次活动有一个全面、鲜明的了解,迅速提升全城关注度。

媒体联动 鼎沸全城

此外,活动期间,我们将通过郑州晚报官方微博、第一地产QQ群等互联网的专业渠道,结合新浪微博、腾讯微博、大豫网、聊宅网、新浪乐居、商都房产网、中原楼市网、郑州搜房网、搜狐焦点房产等郑州各大房地产网站,展开高强度、大幅度的宣传攻势,迅速传递活动的声音,全方位对本次活动进行宣传。

寻金动机

“倒封底”成镶金边的高富帅

“快速读报时代,很多人的阅读习惯也变成从后往前翻阅。因此,在新媒体时代下,这种新阅读模式的出现,也将‘倒封底’的价值,进行了重塑。”

厚报趋势下,报纸等平媒进入了读图时代,作为报纸脸面的头版渐呈“双封面”趋势。业界总结这种崭新的模式:不仅抓眼球、加大信息导读,更是抢占舆论高地、凸显媒体价值的体现。

“快速读报时代,很多人的阅读习惯也变成从后往前翻阅。因此,在新媒体时代下,这种新阅读模式的出现,也将‘倒封底’的价值,进行了重塑。”媒体运营商李先生直言,套用句眼下时髦的网络语,“倒封底”成了镶金边的高富帅。

调查发现,倒封底是“高富帅”的称谓已成业界共识。广东著名媒体人申鹏告诉记者,齐鲁晚报和南方都市报在双封面和倒封底开发上走在了前列,不仅兼顾了新闻与经营的关系,既凸显了有价值的新闻,又带来了经营上的增量,绝对是报纸的黄金版面。

基于此,值改版10周年之际,郑州晚报敏锐地捕捉到这一趋势,重金打造倒封底“金版”,使其成为除了每天的封面和封底外的最具阅读价值的广告版面,强势引导全新阅读模式。

于是“黄金大劫案”活动应运而生,旨在通过新闻包装、话题预热引导读者介入,进而提升版面关注度和影响力,最终实现报纸、读者与开发商三方共赢。