

広告メディアのメリット・デメリットまとめ

	メリット	デメリット
テレビ	<ul style="list-style-type: none"> ■ 広範囲 ■ 広いリーチ ■ 映像・音・動きなど様々な感覚を刺激 	<ul style="list-style-type: none"> ■ ターゲット絞り込みにくい ■ 絶対的に高いコスト ■ 短いメッセージ
ラジオ	<ul style="list-style-type: none"> ■ 低いコスト ■ セグメントが可能 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 音・声のみ ■ ラジオ視聴者の低下
新聞	<ul style="list-style-type: none"> ■ 広範囲リーチ ■ 高い柔軟性 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 視覚だけによる訴求 ■ 短いメッセージ
雑誌	<ul style="list-style-type: none"> ■ セグメントが可能 ■ 多くの情報を提供 ■ 長いメッセージ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 資格だけによる訴求 ■ 広告変更などにおける低い柔軟性
屋外広告	<ul style="list-style-type: none"> ■ 高い反復率 ■ 高い注目率 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 看板周辺の地域のみ限定 ■ 短いメッセージ
チラシ・フライヤー	<ul style="list-style-type: none"> ■ 低予算 ■ うまくセグメントで効果大 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 地域限定 ■ 近年のチラシ離れ
インターネット (PPC)	<ul style="list-style-type: none"> ■ 低価格 ■ 詳細なターゲットの絞り込み ■ 費用対効果の可視化 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 要勉強 ■ 近年のクリック単価の上昇
動画広告	<ul style="list-style-type: none"> ■ テレビCMよりも安価 ■ 効率的な配信 ■ 手軽に映像・音・動きを利用できる。 ■ 長いメッセージも可能 	<ul style="list-style-type: none"> ■ 制作予算と時間のコスト ■ ブランディングによるコンバージョン指標が不透明