



РЕКЛАМА НА РАДИО

Выполнила: Юмина Е.
О
Ф19Т

Принципы создания

- Определить звуковые эффекты, фон радиоролика. Можно использовать только голос диктора.
- Рекламуемый продукт или название компании, необходимо произнести в ролике не менее трех раз.
- Сохранять разговорный стиль, использовать простые слова и короткие предложения.
- В одном рекламном ролике должен быть только один посыл или идея.
- Можно использовать уместные и хорошо узнаваемые спецэффекты.
- Адаптировать рекламу «под радио»
- Нести только один посыл, идею
- Привязать рекламу к событию
- Призывать слушателей к действию

Количество слов

Английский язык

- 10 сек = 20-25 слов
- 20 сек = 40-45 слов
- 30 сек = 60-70 слов
- 60 сек = 123-140 слов

Русский язык

- 10 сек = 15-20 слов
- 20 сек = 30-35 слов
- 30 сек = 45-50 слов
- 60 сек = 90-100 слов

Хронометраж ролика

- 30 секунд
 - Считается стандартным на большинстве радиостанций.
- 10-20 секунд
 - Менее распространён, редко удаётся выразить основную мысль или сделать игровой ролик.
- 5 секунд
 - Обычно используется в качестве спонсорской отбивки.

Примечание: ролики тарифицируются с шагом по 5-10 секунд

Производство радиорекламы

Последовательность шагов



Типы радиорекламы

- Простое объявление
- Жанровая сценка
- Песня
- Спонсорство:
 - Устная заставка
 - Спонсорский ролик

Производство радиорекламы

Предложенные варианты

- Вариант1

SFX: Музыкальный фон

Женский голос:

Цветы, конфеты, и... игристое от «Бахус» - лучший подарок к 8-му марта. Серия натуральных праздничных игристых напитков

SFX: Минусовка «Бахус...»

- Вариант2

SFX: Минусовка «Бахус...»

Женский голос:

Красная шапочка, Золушка, Белоснежка – самые праздничные игристые напитки к 8-му марта – с сюрпризом!

SFX: Минусовка «Бахус...»

Утвержденный вариант

SFX: Музыкальный фон

Женский голос:

Акционерное Общество «Бахус» поздравляет всех женщин и объявляет о грандиозной скидке!

Спешите! Только с 1-го по 8-е марта во всех фирменных магазинах «Бахус» и самых крупных супермаркетах - скидка на игристые напитки – до 15-ти %, а на знаменитое коллекционное – до 20-ти.

Самое лучшее – для Вас! С любовью, «Бахус».

ВЫБОР МЕДИАНОСИТЕЛЯ

Профиль аудитории

Время выхода

Рекламное давление

Рейтинг / Охват

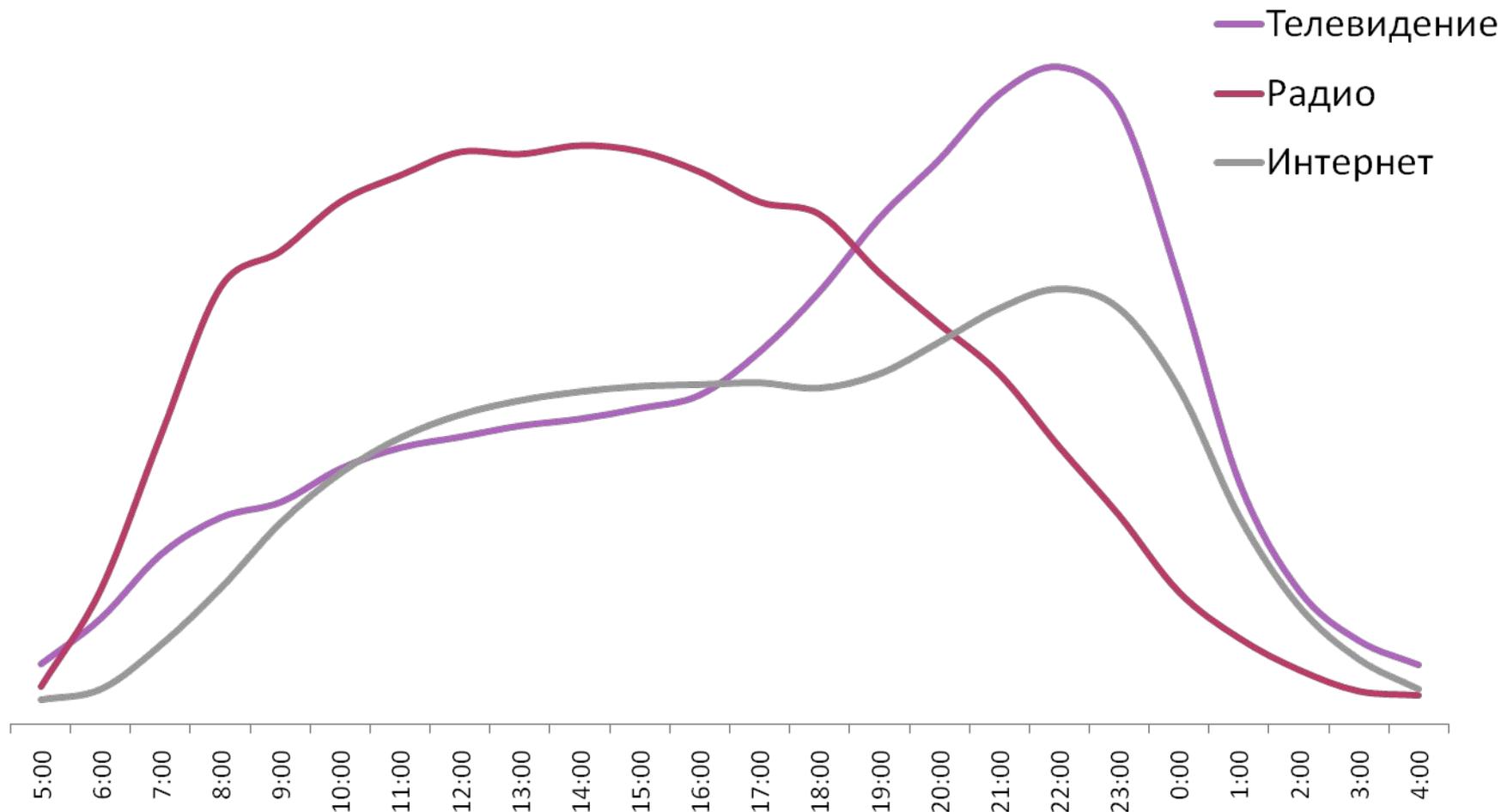
Область распространения

Стоимость размещения

Время выхода

Название периода	Временной промежуток
Утреннее время	06:00-08:00
Утренний прайм-тайм	08:00-10:00
Дневной прайм-тайм	10:00-15:00
Дневное время	15:00-18:00
Вечерний прайм-тайм	18:00-20:00
Ночное время	20:00-06:00

Динамика аудитории в течение суток



Рекламное давление

Вид рекламной кампании	Сроки	Количество выходов в день
Краткосрочная	От недели до месяца	5-10
Среднесрочная	От месяца до трёх месяцев	5
Долгосрочная	До года	3-5

- Сила рекламного давления зависит от:
 - Особенности потребления товара/услуги (сезонность, цикл потребления),
 - Рекламного шума на медианосителе и на рынке в целом,
 - Активности конкурентов.

Преимущества и недостатки

Преимущества

- Возможность достичь необходимую ЦА,
- Камерность,
- Мобильность в размещении.

Недостатки

- Мимолетность,
- Отсутствие зрительных образов.



РЕКЛАМА НА РАДИО

Выполнила: Юмина Е.
О
Ф19Т