



РЕКЛАМА НА РАДИО

Преимущества и недостатки

Преимущества

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

Недостатки

- Мимолетность,
- Отсутствие зрительных образов.

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».

Конкурсы и фестивали

Примеры рекламы на радио

«Read Apple»

Московский международный фестиваль рекламы

<http://2010.festival.ru/ru/shortlist/?nid=64>

Создание аудио ролика

- Создать ролик для предложенного объекта исследования. Составные части:
 - Рекламный текст,
 - Музыкальное сопровождение,
 - Определить хронометраж.

Создание аудио ролика

1. Создать ролик для Вашего объекта исследования. Составные части:
 - Рекламный текст (можно использовать несколько основных частей рекламного текста, составленного ранее,
 - Продумать музыкальное сопровождение,
 - Определить хронометраж.

Профиль аудитории

Время выхода

Рекламное давление

Рейтинг / Охват

Область распространения

Стоимость размещения

ВЫБОР МЕДИАНОСИТЕЛЯ

Профиль аудитории

Информация о слушателях

«Авторадио»

<http://www.mediageo.ru/fedradio/avtoradio.html>

Описать профиль аудитории

- Выбрать одну из радиостанций (по желанию) на портале <http://www.mediageo.ru/>
- Дать описание ключевых слушателей

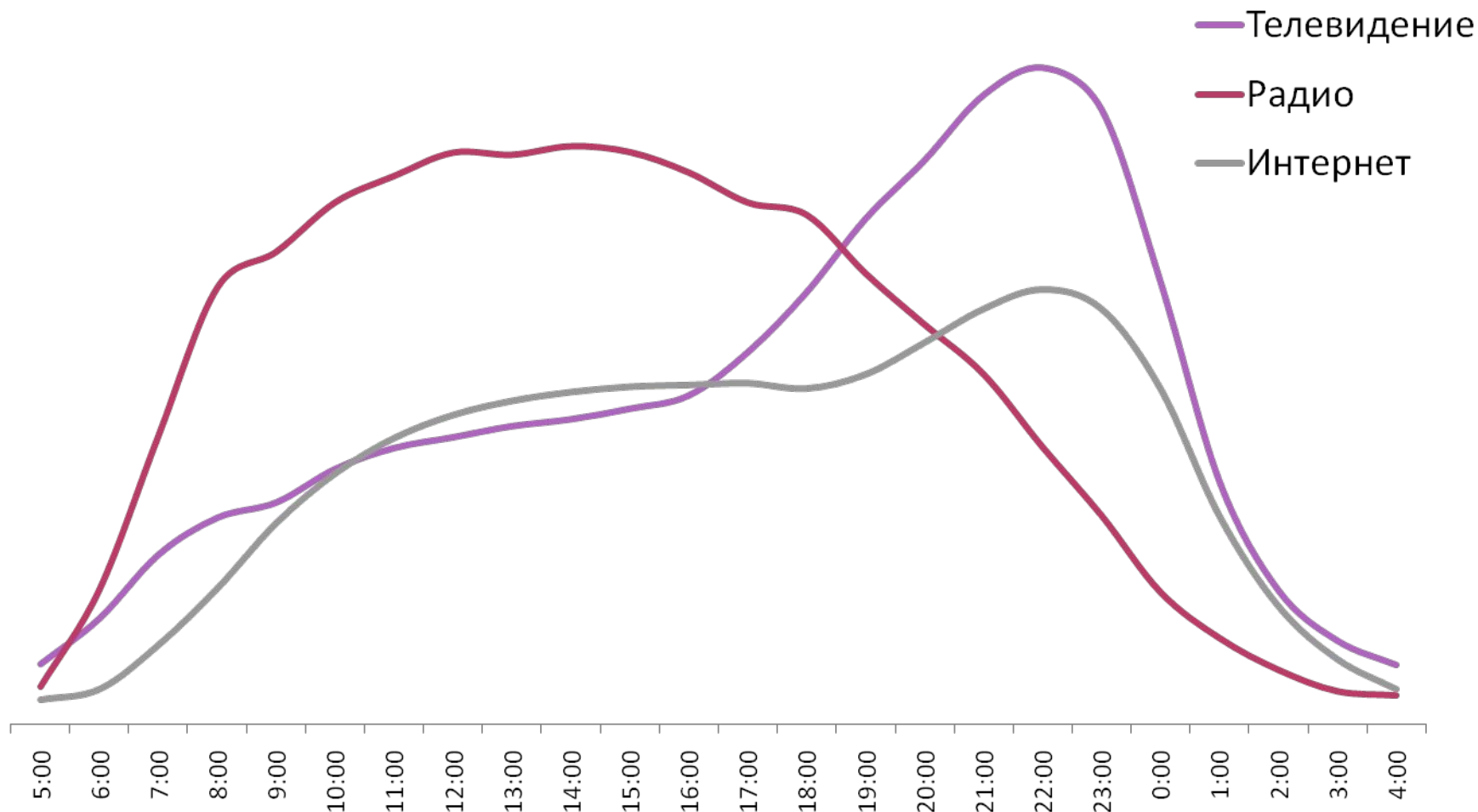
Описать профиль аудитории

- Выбрать одну из радиостанций медиахолдингов
 - Европейская медиагруппа <http://mediaplus.ru/>
 - Российская медиагруппа <http://rmg.rusradio.ru/live/reklama.asp>
 - Профмедиа http://www.vkpm.ru/?an=rus_radio
- Описать профиль аудитории выбранной радиостанции
- Соотнести аудиторию радиостанции с целевой аудиторией Вашего объекта исследования

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.

Рейтинг СММ – Радио

<http://tns-global.ru/rus/data/ratings/radio/>

Определение рейтинга

- Пройти по ссылке

<http://tns-global.ru/rus/data/ratings/radio/>

- Определить для объекта исследования три-пять наиболее привлекательных площадок для размещения.

Выбор носителя

- Для Вашего объекта исследования сделать рекламу на радио.
- Оформить работу в PowerPoint (продолжение рекламы в прессе)
 - 6 слайд – выбор медианосителя (рейтинг и показатели)
 - 7 слайд – медиаплан (количество выходов, стоимость размещения)
 - 8 слайд – сценарий аудиоролика

Литература и ссылки

1. Котлер Ф, Основы маркетинга: Пер. с англ./Общ. ред. и вступ. ст. Е.М. Пеньковой.-М.: Прогресс, 1990.-736 с.
2. Викентьев И.Л. Приемы рекламы. С-П.; Тризшанс,1995
3. <http://2010.festival.ru/ru/winners/?nid=33>
4. <http://www.mediageo.ru/fedradio/avtoradio.html>
5. <http://mediaplus.ru/>
6. <http://rmg.rusradio.ru/live/reklama.asp>
7. http://www.vkpm.ru/?an=rus_radio
8. <http://tns-global.ru/rus/data/ratings/radio/>

© Ирина Дашевская, 2012

Использование информации возможно без каких-либо ограничений

Ссылка на источник желательна, но не обязательна

Рисунки и фотографии не являются собственностью автора