

# ОСНОВЫ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОММУНИКАЦИ Й

2014

Ирина Дашевская



Реклама на радио

Тем  
а

# Реклама на радио

Преимущества и недостатки

Форматы радиостанций

Динамика аудитории

Профиль аудитории

Способ подачи рекламы

Рекламное давление

Определение рейтинга

Мониторинг рекламы

# Преимущества и недостатки

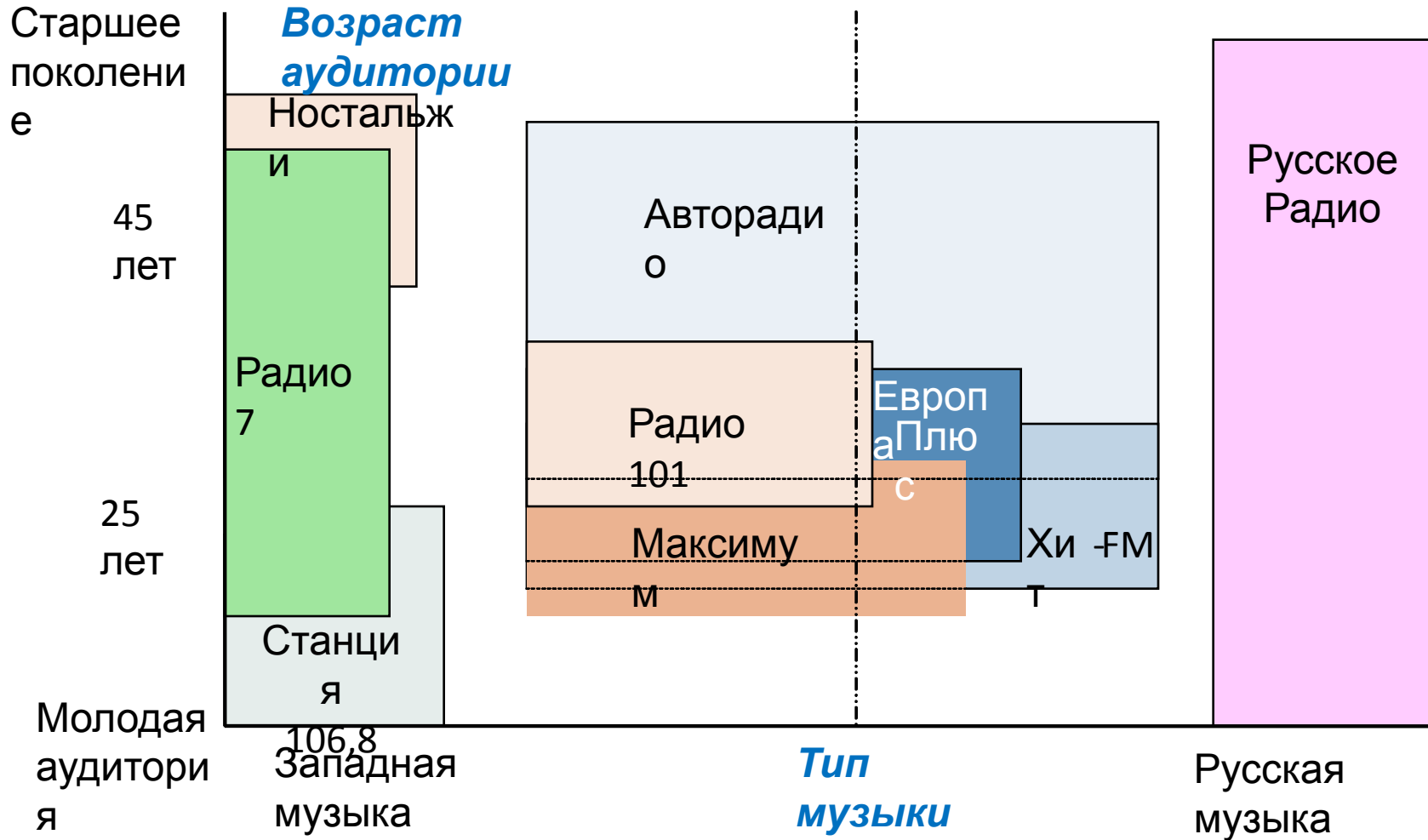
## Преимущества

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

## Недостатки

- Мимолетность,
- Отсутствие зрительных образов.

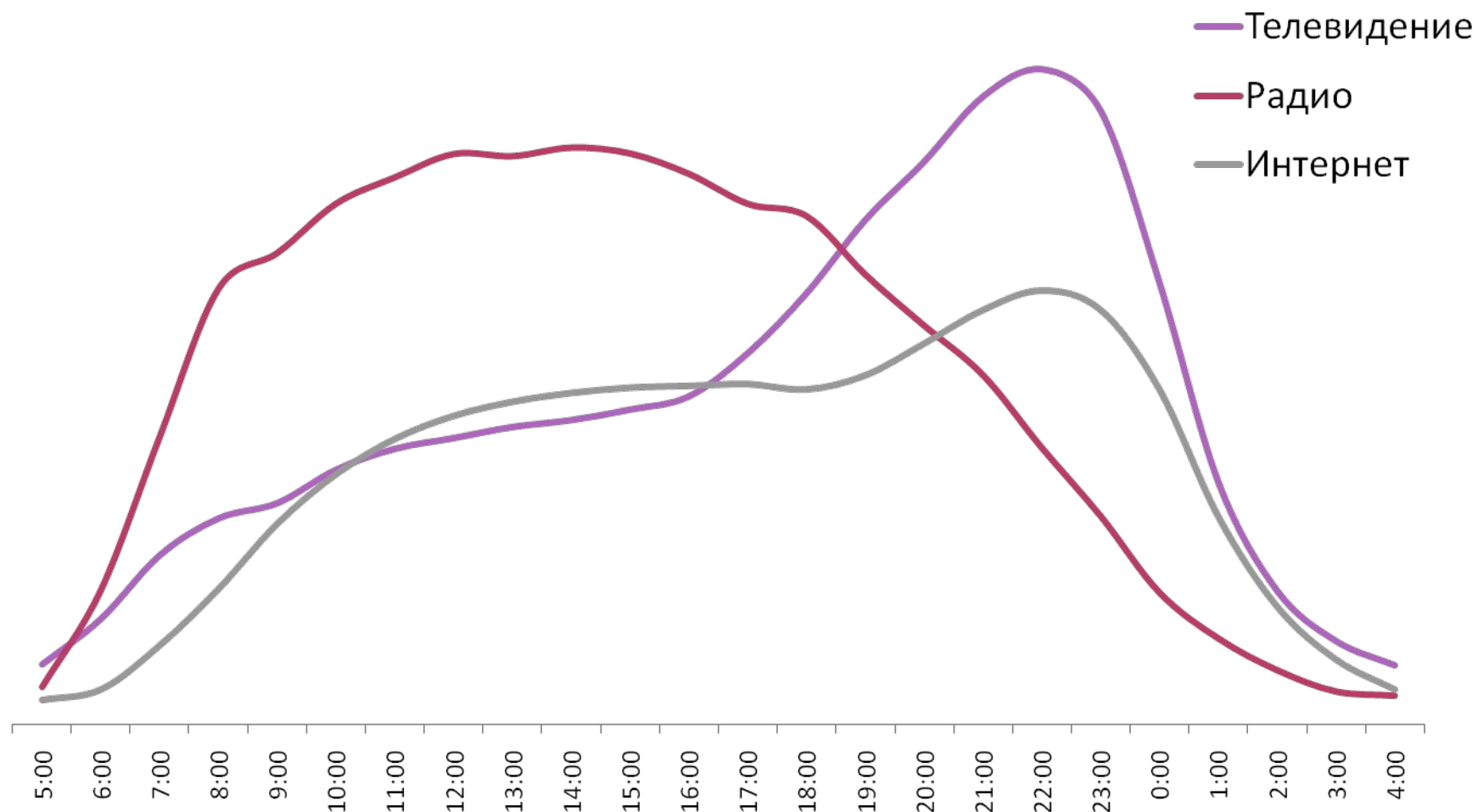
# Форматы радиостанций



# 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



# Пример Профиль аудитории

**PMI  
RADIO**

PMI RADIO

**PMI Radio** – это пул из пяти радиостанций, каждая из которых занимает прочную позицию в своём целевом сегменте.



Основная аудитория:  
семейные люди,  
основа общества

Средний возраст:  
20-44 года

Ежедневный охват\*:  
524,45 тыс.чел.



Основная аудитория:  
Зрелая молодежь,  
определившиеся  
профессионалы

Средний возраст:  
23-39 лет

Ежедневный охват:  
180,30 тыс.чел.



Основная аудитория:  
Высоко-обеспеченные  
слушатели

Средний возраст:  
20-40 лет

Ежедневный охват:  
165,11 тыс.чел.



Основная аудитория:  
Активные молодые  
люди

Средний возраст:  
18-34 года

Ежедневный охват:  
259,44 тыс.чел.



Основная аудитория:  
Взрослые мужчины

Средний возраст:  
20-54 года

Ежедневный охват:  
343,02 тыс.чел.

\*По данным TNS Media, Radio-Index, Санкт-Петербург, 2010



## Профиль аудитории

Выбрать радиостанцию медиахолдинга ЕМГ – Европейская медиагруппа <http://mediaplus.ru/>

Описать профиль аудитории выбранной радиостанции в рабочей тетради.

Время: 20 минут

Баллы: 5 баллов

# Способ подачи рекламы

- Прямая реклама
- Спонсорство
- Сюжет в выпуске новостей
- Product Placement (во время прямого эфира диджеев)
- Совместные проекты

# 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.

# Пример Рейтинг радиостанций

Регион:

Период:

№	Название	Reach Dly, %	Reach Dly
1	Русское Радио	14.8	9275.2
2	Авторadio	14.8	9272.8
3	Дорожное Радио	13.3	8310.8
4	Ретро FM	12.2	7669.5
5	Радио Шансон	12.1	7558.9
6	Юмор FM	9	5666.2
7	Радио России	7.7	4807.3
8	Маяк	7.6	4738.2
9	All Radio	63.4	39733.4
10	DFM	6	3736.2
11	Love Radio	5.7	3578.7
12	ЮFM	0.5	344.3
13	Радио Дача	4.9	3047.2
14	Милицейская Волна	4.8	3039
15	Эхо Москвы	4.7	2956.5
16	Хит FM	4.4	2765.8

## Определение рейтинга

Пройти по ссылке и построить отчёт – рейтинг радиостанций, выбрав один из периодов и регионов (каждому студенту рекомендуется выбрать свой период).

Внести полученные данные в рабочую тетрадь (копирование или скрин), и кратко описать полученные результаты.

- Ссылка:  
<http://www.tns-global.ru/services/media/media-audience/radio/information/>

Время: 20 минут

Баллы: 5 баллов

# Конкурсы и фестивали

1. **«Read Apple»** Московский международный фестиваль рекламы
2. **«Каннские львы»** Международный фестиваль креативности
3. **«Epica Awards»** Крупнейший европейский конкурс рекламы

<http://www.sostav.ru/section/adv/fest>

## Задание на дом

Послушать аудиоролики – победители рекламных фестивалей

- <http://www.sostav.ru/section/adv/fest>

# Мониторинг рекламы

## Категория

№	Название	Количество выходов
1	ТОРГОВЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ	2 142 001
2	МАССОВЫЕ ЗРЕЛИЩА	1 627 633
3	ЛЕГКОВОЙ АВТОТРАНСПОРТ	1 189 217
4	УСЛУГИ ПО ОПЕРАЦИЯМ С ЖИЛЫМИ ПОМЕЩЕНИЯМИ	766 879
5	УСЛУГИ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ	503 828
6	УСЛУГИ МЕДИЦИНСКИХ УЧРЕЖДЕНИЙ	467 928
7	УСЛУГИ РЕСТОРАНОВ И КАФЕ	320 866
8	УСЛУГИ ПО ПРОВЕДЕНИЮ ДОСУГА	287 052
9	КРЕДИТОВАНИЕ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ	216 782
10	СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ	162 689

## Рекламодатель

№	Название	Количество выходов
1	METRO GROUP	236 287
2	РОЛЬФ	165 738
3	ЮНИДЕНТ	113 126
4	BMW	112 313
5	СБЕРБАНК РОССИИ	97 470
6	VOLKSWAGEN	95 862
7	NISSAN	95 815
8	ДОН-СТРОЙ	83 466
9	BERLIN-CHEMIE MENARINI GROUP	81 550
10	ФАРМСТАНДАРТ	78 930

- TNS Россия, IV квартал 2013 года
- <http://www.tns-global.ru/services/monitoring/advertising/description/>



# Библиография

- Дашевская И.Г. Управление медиа компанией, монография, LAP LAMBERT Academic Publishing. – 2011. – 125 с.
- Дашевская И.Г. Презентация для радиостанций PMI Radio, 2010, внутренний документ.
- [www.mediaplus.ru](http://www.mediaplus.ru)
- [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru)
- [www.tns-global.ru](http://www.tns-global.ru)

**© Ирина Дашевская, 2014**

**Использование информации возможно без каких-либо ограничений**

**Ссылка на источник желательна, но не обязательна**

**Рисунки и фотографии не являются собственностью автора**