

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

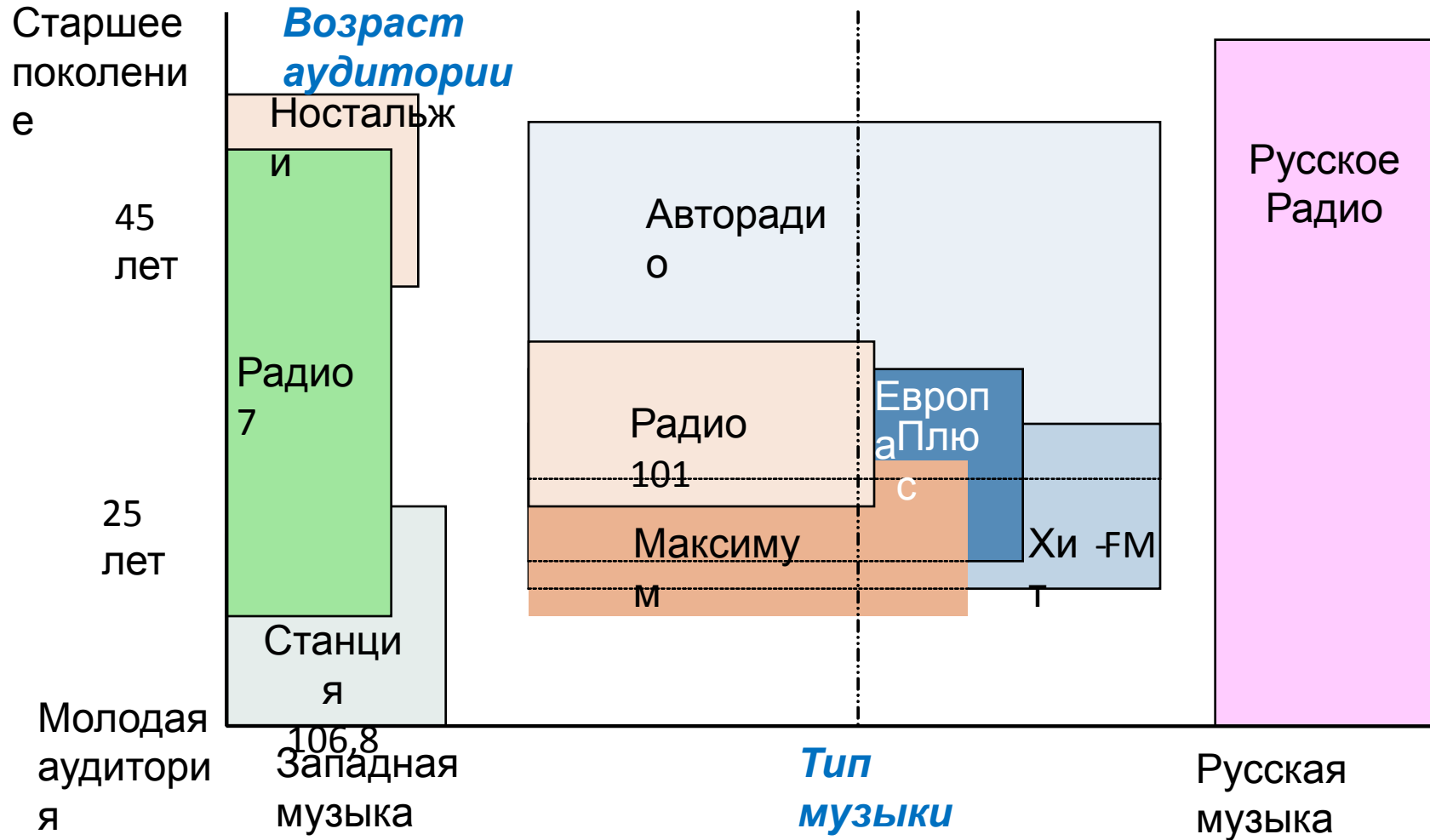
Преимущества

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

Недостатки

- Мимолетность,
- Отсутствие зрительных образов.

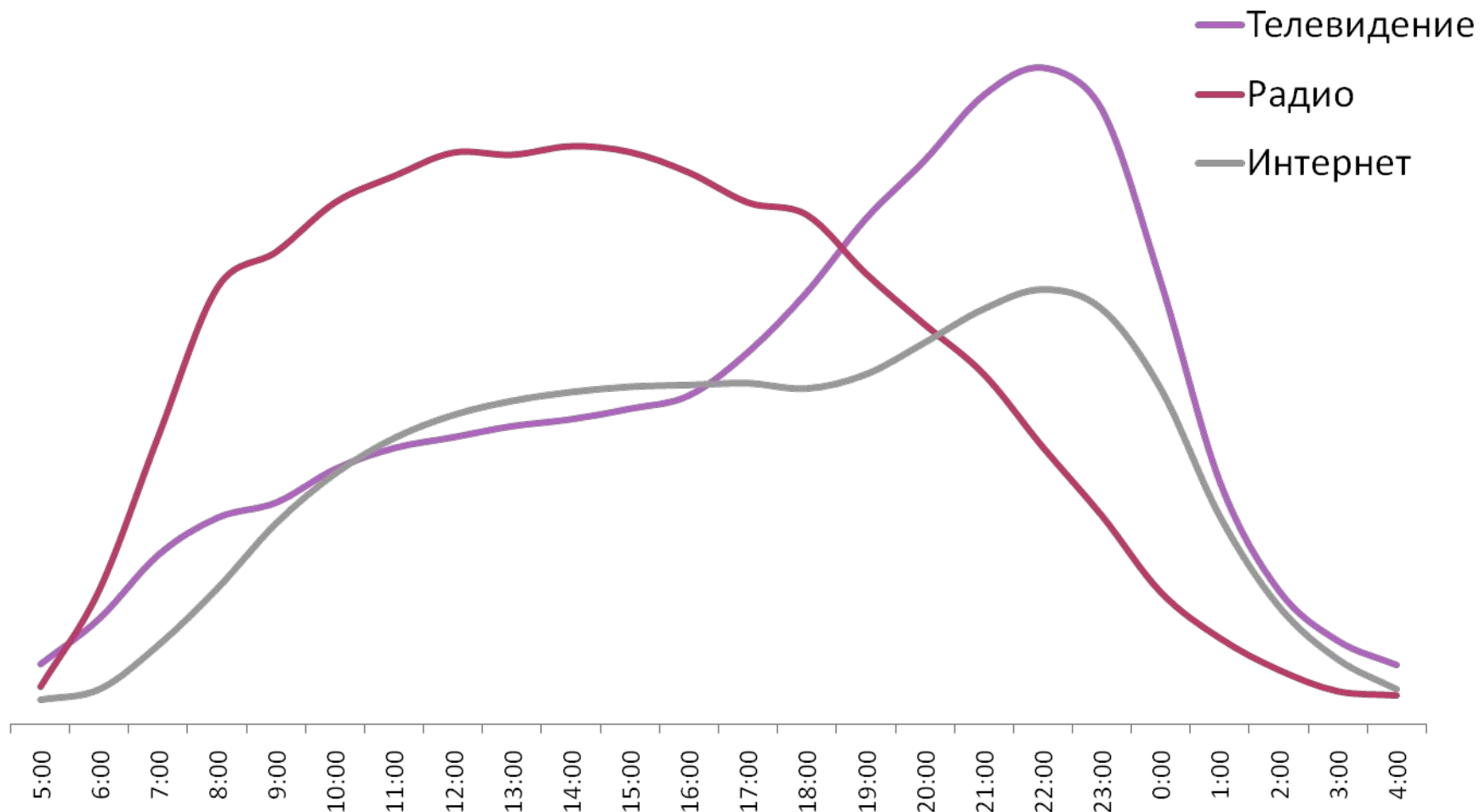
Форматы радиостанций



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
- www.sostav.ru
- 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