



D FM
101.2

START



ФОРМАТ

ФОРМАТ РАДИОСТАНЦИИ – Contemporary Hit Radio/Dance, совмещение пяти ведущих молодежных музыкальных направлений – Super Star , Club Dance, Mainstream, Euro-pop и R'n'B.

Dfm - это радиостанция , круглосуточно создающее и поддерживающее хорошее настроение, своей яркой, прогрессивной и интересной музыкой разных направлений.

РАДИО Dfm - новые хиты, прогрессивность, позитивность, легкость!

В эфире представлены композиции лидеров ведущих музыкальных направлений, таких как Madonna, Fergie, Timo Mass, Gwen Stefani, Usher, Bob Sinclair, Beyonce, David Guetta, Nelly Furtado.



АУДИТОРИЯ

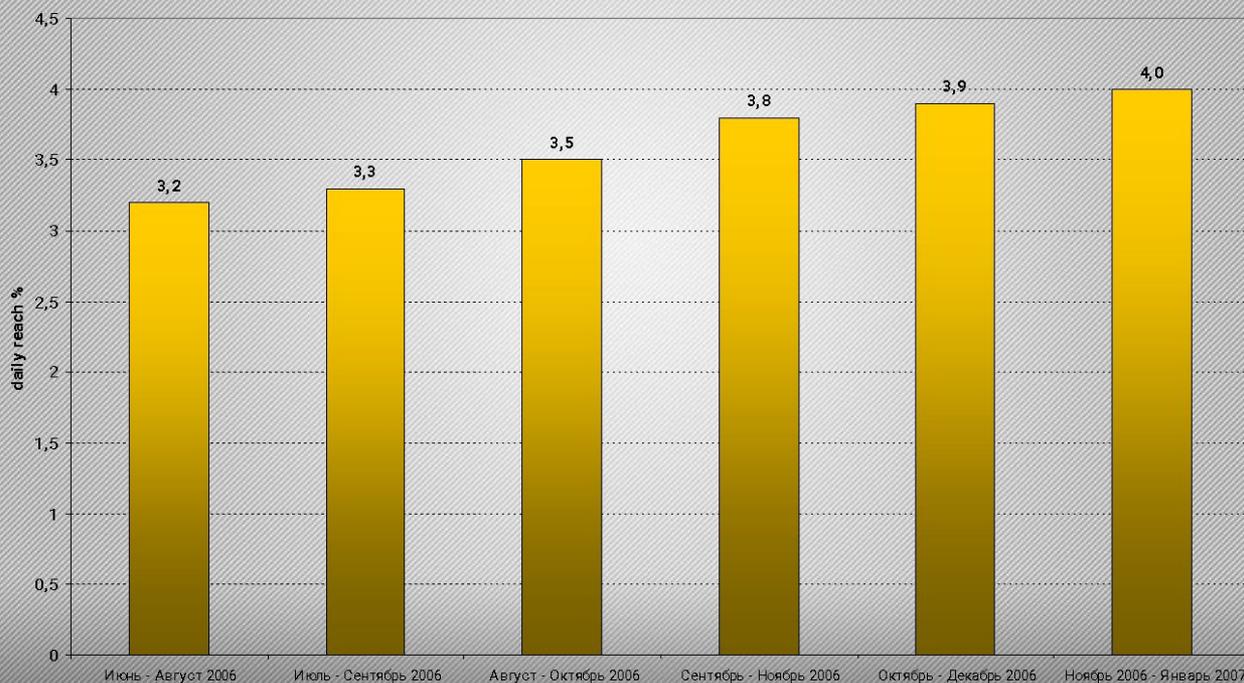
АУДИТОРИЯ РАДИОСТАНЦИИ – молодые , современные люди в возрасте 16-30 лет, обладающие доходом выше среднего уровня

Аудиторию станции **D fm** можно охарактеризовать как людей с современными , инновационными взглядами , ведущие активный образ жизни.

Слушателя **D fm** обязательно встретишь в кинотеатре, на самых модных вечеринках в клубах, в магазинах молодежной одежды.



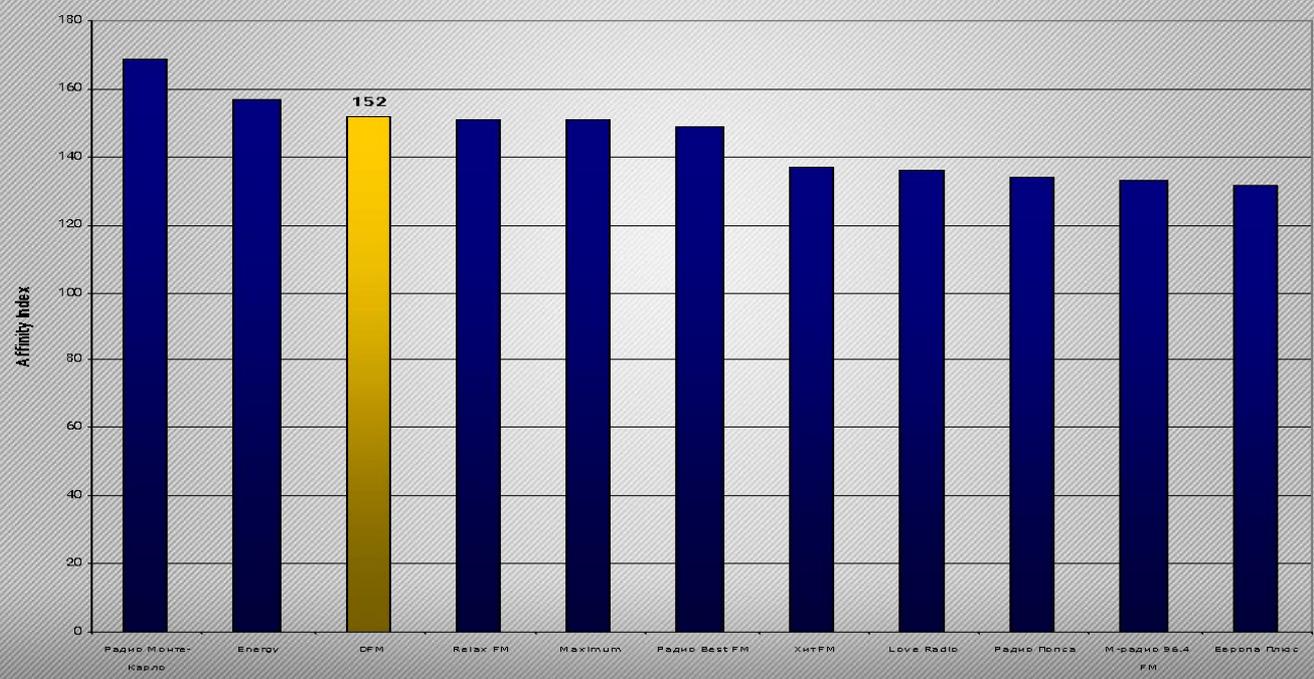
Ежедневная аудитория **Daily Reach %**



Все данные предоставлены компанией TNS Gallup Media
Исследование: Radio Index Москва июнь 2006 - январь 2007



TOP 10 радиостанций
по показателю Affinity Index, среди
радиослушателей с высоким уровнем дохода

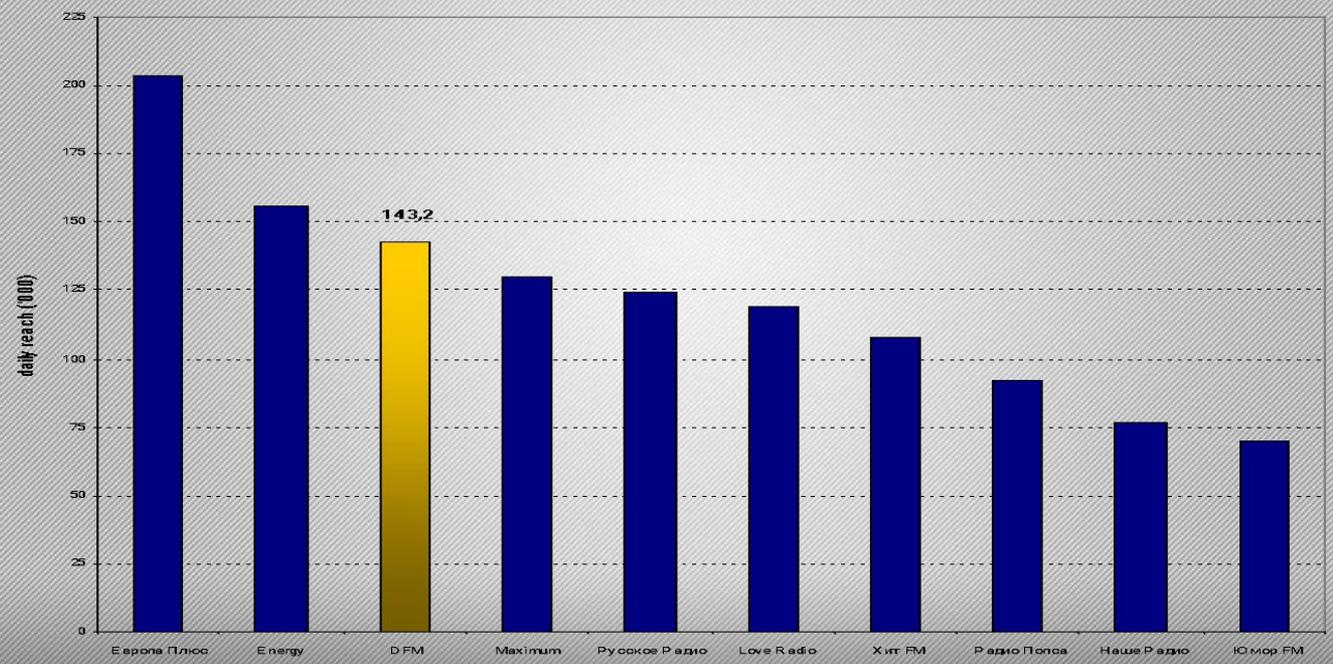


Все данные предоставлены компанией TNS Gallup Media
Исследование: Radio Index Москва сентябрь-ноябрь 2006



TOP 10 радиостанций

по показателю ежедневного охвата (Daily Reach ('000)),
среди радиослушателей в возрасте 12-19 лет



Все данные предоставлены компанией TNS Gallup Media
Исследование: Radio Index Москва сентябрь-ноябрь 2006



БУДНИ
распределение ежедневной аудитории, AQH ('000)



Все данные предоставлены компанией TNS Gallup Media
Исследование: Radio Index Москва ноябрь 2006 - январь 2007



ВЫХОДНЫЕ распределение ежедневной аудитории, AQH ('000)

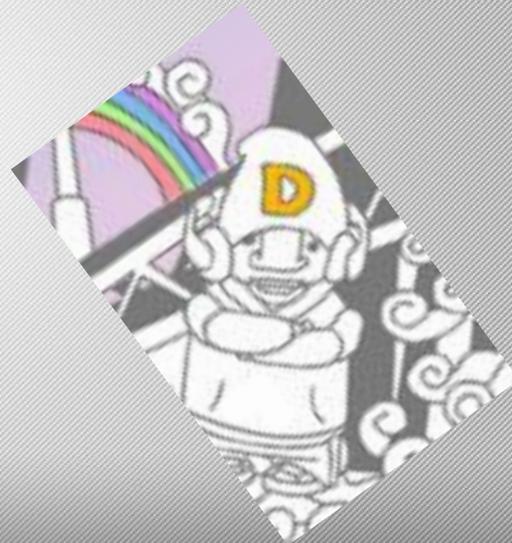
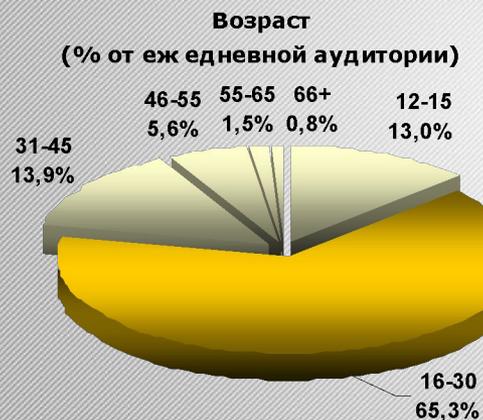


Все данные предоставлены компанией TNS Gallup Media
Исследование: Radio Index Москва ноябрь 2006 - январь 2007



ПОРТРЕТ АУДИТОРИИ

АУДИТОРИЯ РАДИОСТАНЦИИ **Dfm** — слушатели, в возрасте 16-30 лет



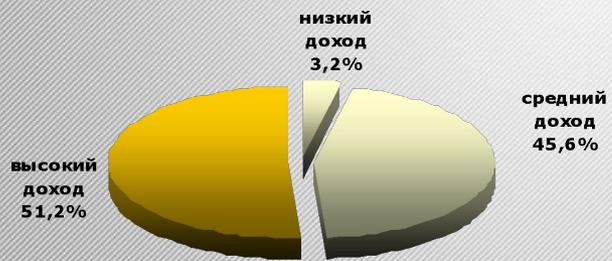
Все данные предоставлены компанией TNS Gallup Media
Исследование: Radio Index Москва ноябрь 2006 - январь 2007



ПОРТРЕТ АУДИТОРИИ

АУДИТОРИЯ РАДИОСТАНЦИИ Dfm – слушатели, обладающие доходом выше среднего уровня

Доход
(% от ежедневной аудитории)



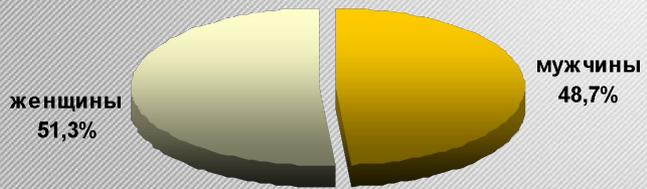
Все данные предоставлены компанией TNS Gallup Media
Исследование: Radio Index Москва ноябрь 2006 - январь 2007



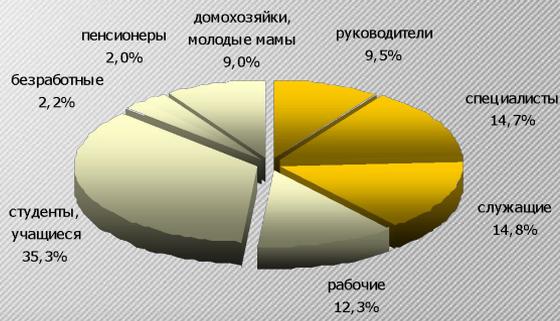
ПОРТРЕТ АУДИТОРИИ

АУДИТОРИЯ РАДИОСТАНЦИИ Dfm — мужчины/женщины, студенты/учащиеся

Пол
(% от ежедневной аудитории)



Социальные статус
(% от ежедневной аудитории)



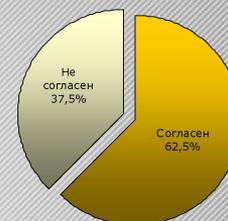
Все данные предоставлены компанией TNS Gallup Media
Исследование: Radio Index Москва ноябрь 2006 - январь 2007



ПОРТРЕТ АУДИТОРИИ слушатели «Dfm» ведут активный образ жизни

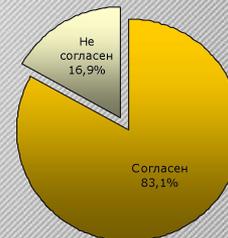
63% от ежедневной аудитории **Dfm** согласны с утверждением:

“Любят развлекаться вне дома”



83% от ежедневной аудитории **Dfm** согласны с утверждением:

“Когда где-нибудь происходит что-то интересное, мне хочется там быть”



Все данные предоставлены компанией TNS Gallup Media
Исследование: Marketing Index Москва 2006/II

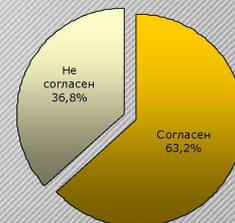


ПОРТРЕТ АУДИТОРИИ слушатели «Dfm» новаторы

70% от ежедневной аудитории **Dfm** согласны с утверждением:
“Мне интересно пробовать то, чего я никогда раньше не делал”



63% от ежедневной аудитории **Dfm** согласны с утверждением:
“Я не боюсь покупать новинки техники, даже если мои знакомые их не пробовали”



Все данные предоставлены компанией TNS Gallup Media
Исследование: Marketing Index Москва 2006/II



ПОРТРЕТ АУДИТОРИИ слушатели «Dfm» рискованные люди

77% от ежедневной аудитории **Dfm** согласны с утверждением:
“В жизни нужно попробовать, получить как можно больше ярких впечатлений”



69% от ежедневной аудитории **Dfm** согласны с утверждением:
“Выделяться среди других лучше, чем выглядеть как все”



Все данные предоставлены компанией TNS Gallup Media
Исследование: Marketing Index Москва 2006/II



D FM 101.2

END