

LARADIORENDE

I 10 PERCHÉ

www.laradiorende.it

inquadra e guarda il video explainer "La Radio rende!"



LARADIORENDE

01
+ EFFICACI!
PERCHÉ HA UN ROI FINO A 10 VOLTE L'INVESTIMENTO E UN EFFETTO MOLTIPLICATORE SUGLI ALTRI MEDIA.

Sono decine gli studi che dimostrano come il ritorno dell'investimento (ROI) delle campagne radio non sia secondo a nessuno: può arrivare fino a 10 volte l'investimento! È altresì ben noto che la radio aumenta l'efficacia delle campagne tv, digital, stampa e outdoor. L'origine di questa capacità deriva dalla caratteristica unica della radio: è un media "solo audio" in grado di stimolare quindi aree specifiche del cervello che aumentano il recall delle campagne visive.

LARADIORENDE

02
+ INTERESSANTI
AL MOMENTO GIUSTO!
PERCHÉ HA UNA REACH ELEVATA!

Gli ascoltatori della radio sono oltre 35 milioni al giorno: raggiungere quelli che ci interessano in modo efficiente è facile. Sono tipicamente impegnati in un'altra attività, ma la radio consente di raggiungerli nei "touchpoint" più cruciali: durante il viaggio verso il lavoro, mentre navigano o hanno comunque accesso a un device connesso (smartphone, tablet, computer, smart tv) o ancora mentre vanno al supermercato e poco prima di fare shopping. Proprio mentre sono più prossimi a poter effettuare un acquisto. La radio vende!

LARADIORENDE

03
+ PRECISI!
PERCHÉ HA UNA TARGETABILITY EFFICIENTISSIMA.

Aumentano da anni gli ascoltatori 35-64enni con la più alta capacità di spesa, ma la radio non ha mai perso anche la sua vocazione di mezzo giovane: nel segmento 18-24 anni raggiunge il 76,25% degli italiani. Fra i 15 e i 45 anni è il media più seguito: addirittura l'82,05%. Ma la radio è fortissima su tanti altri target specifici, anche quelli più pregiati commercialmente. Il livello di scolarizzazione degli ascoltatori è superiore alla media nazionale. Il 66,97% ha una Laurea o un diploma di Media Superiore. L'ascolta la parte più dinamica della popolazione, che trascorre molto tempo anche online. Da molto prima del digital e delle tv tematiche, con la radio è semplice scegliere il pubblico da ingaggiare: grazie a formati, programmi, orari, storia e localizzazione geografica delle stazioni, siano esse nazionali, regionali o locali, è possibile raggiungere solo i potenziali clienti di un certo brand senza dispersioni. E gli editori radiofonici vantano tutti oltre 40 anni di esperienza e di storie di successo.

LARADIORENDE

04
+ SEGUITI!
PERCHÉ L'ASCOLTO CONTINUA ANCHE DURANTE LA PUBBLICITÀ.

In radio il fenomeno dello zapping è quasi inesistente. Il messaggio audio, la forza persuasiva della voce umana e di certi suoni e musiche riconoscibili, funzionano anche quando stiamo facendo altro. I media in tempo reale soffrono meno di quelli statici. E la radio è il media in cui gli spot sono più ascoltati. Musica, effetti sonori, battute, rime, allitterazioni (ad esempio una sequenza di numeri ripetuti), interpretazioni, descrizioni suggestive evocano emozioni, sensazioni, immagini e ricordi, tutti impossibili da evitare anche quando la radio è solo un sottofondo. La ripetizione dei messaggi, rende i brand familiari e la familiarità genera simpatia. In radio le memorie implicite non sono semantiche: contenuti troppo razionali sono meno efficaci di quelli emozionali. Non solo, campagne creative, intriganti o con un vantaggio diretto per chi ascolta sono amatissime e hanno un gran numero di interazioni sui social. Questo rende la radio complementare su tutti i principali target: un media perfetto per cercare nuovi clienti o raccontare ai clienti qualcosa che non sapevano.

LARADIORENDE

05
+ PIÙ FAMOSI!
PERCHÉ AUMENTA LA "SHARE OF MIND" DELLE MARCHE.

Così come la radio lancia e promuove i successi e gli artisti che "scalano le classifiche", la radio rende famoso qualsiasi brand. In Italia, quasi il 67% dell'audience della radio con più di 14 anni ascolta circa 2 emittenti ogni giorno per più di 200 minuti. Grazie anche all'altissima fedeltà d'ascolto, è semplice e veloce raggiungere in breve tempo frequenze di ascolto efficaci. Un brand che investe con decisione in una campagna radiofonica può creare in poche settimane una share of mind importante rispetto a quella ottenuta con lo stesso investimento su qualsiasi altro media. Fino a diventare la scelta "top of mind" di milioni di consumatori.

LARADIORENDE

06
+ DESIDERATI!
PERCHÉ CHIAMA SUBITO ALL'AZIONE, SOPRATTUTTO ON LINE.

Sin dalla sua nascita, la radio è un efficacissimo media per le "call-to-action", e oggi è ancora più forte, visto che gli ascoltatori o sono già on line grazie all'ascolto delle stazioni radio tramite app, podcast o siti mobile o hanno sviluppato un'attitudine ad utilizzare smartphone, tablet, wearable e pc per approfondire quello che ascoltano in radio. Circa un quinto degli ascoltatori in rete sta ascoltando la radio anche in questo momento, quindi li separa solo un click dall'interazione con i brand. La radio è un generatore di nuovi touchpoint. L'ascolto della radio, quando riesce a suscitare emozioni, fa sì che un brand possa insinuarsi nella mente degli ascoltatori, trasformandoli in clienti: è in grado di condizionare il comportamento d'acquisto, anche istantaneamente. La radio stimola le ricerche sul web e quindi anche le vendite dei siti e-commerce. La radio rende... la radio vende!

LARADIORENDE

07
+ PIÙ VICINI!
PERCHÉ LA RADIO È PASSIONE, EMOZIONE E AMICIZIA.

La potenza evocativa degli effetti sonori, consente ambientazioni "da kolossal". Le situazioni che si possono creare sono virtualmente infinite e l'impiego di jingle e di sound logo, fanno "vivere" brand, prodotti e servizi, rendendoli all'interno della programmazione e rendendoli memorabili. Produrre più soggetti per una campagna radiofonica è consigliabile e conveniente. Il costo di produzione accessibile dei singoli spot rende vantaggioso realizzare campagne multi-soggetto che permettano anche di approfondire vari aspetti di un prodotto o di un marchio, di promuovere le brand extension o i vari prodotti di una gamma o anche di invitare il pubblico a call to action mirate. Inoltre è possibile testare più creatività, fino a trovare quella che funziona meglio. Grazie alla frequenza dei passaggi, tipicamente dai 5 ai 10 al giorno, in radio si raggiunge la popolarità molto velocemente.

LARADIORENDE

08
+ CONVINCENTI!
PERCHÉ LA VERITÀ STA NEL MEZZO.

Il Mezzo Radiofonico ha una caratteristica unica: la credibilità. Grazie al proliferare di diversi device, le radio sono la prima scelta di intrattenimento-audio. Con loro famosissimi e amatissimi brand, le singole emittenti generano un senso di appartenenza speciale e sanno come ingaggiare ogni giorno milioni di fan palpitanti: sono imbattibili per creare emozioni e coinvolgimento. Il loro pubblico è attento e fedelissimo. Il messaggio pubblicitario radiofonico, specialmente se personalizzato per integrarsi con la programmazione e le caratteristiche delle singole stazioni e dei loro personaggi, genera più emozioni, divertimento ed engagement di molte altre forme di comunicazione. Gli ascoltatori si fidano della loro radio preferita e di quello che racconta e consiglia. L'effetto persuasivo di una campagna radiofonica è dimostrato ed è in grado di influenzare velocemente le decisioni d'acquisto.

LARADIORENDE

09
+ PIÙ CREATIVI!
PERCHÉ IN RADIO TUTTO È POSSIBILE GRAZIE AL POTERE DELL'IMMAGINAZIONE

La potenza evocativa degli effetti sonori, consente ambientazioni "da kolossal". Le situazioni che si possono creare sono virtualmente infinite e l'impiego di jingle e di sound logo, fanno "vivere" brand, prodotti e servizi, rendendoli all'interno della programmazione e rendendoli memorabili. Produrre più soggetti per una campagna radiofonica è consigliabile e conveniente. Il costo di produzione accessibile dei singoli spot rende vantaggioso realizzare campagne multi-soggetto che permettano anche di approfondire vari aspetti di un prodotto o di un marchio, di promuovere le brand extension o i vari prodotti di una gamma o anche di invitare il pubblico a call to action mirate. Inoltre è possibile testare più creatività, fino a trovare quella che funziona meglio. Grazie alla frequenza dei passaggi, tipicamente dai 5 ai 10 al giorno, in radio si raggiunge la popolarità molto velocemente.

LARADIORENDE

10
+ PIÙ EFFICIENTI E VELOCI!
PERCHÉ IN POCHI GIORNI SEI IN ONDA!

La radio conviene: fino a 13 volte più di altri media*. E una campagna radiofonica si attiva facilmente a pochi giorni dal contratto. Anche per questo la raccolta pubblicitaria è in crescita continua da oltre 3 anni (fatturato 2017 su 2014: +17,9%)*. Fonte Osservatorio FCP-Assoradio). Ogni anno aumentano anche il numero e la fedeltà degli inserzionisti. Chi prova la radio non la lascia più, perché ha tanti vantaggi immediati, anche con soglie iniziali di investimento contenute. [Contattaci subito!](#)

[Guarda il video explainer: La radio rende!](#)

fonti:
RADIO MONITOR 2016
RADIO TER 2017
RADIOCOMPASS 2017