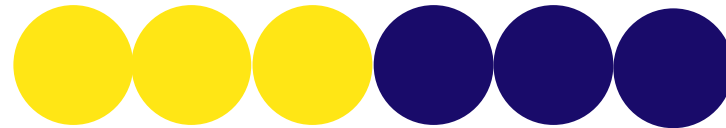


Lokális kampányoptimalizálás helyi rádiókkal



HAUK ZOLTÁN



HEROE – Helyi Rádiók Országos Egyesülete



- A Helyi Rádiók Országos Egyesülete jelenleg 50 tagot számlál
- Az Egyesület célja, hogy a rádiózás hagyományát fenntartsa, értéket és érdeket képviseljen
- A rádiót mint hatékony reklámfelületet, kimutatásokkal, mérési eredményekkel és esettanulmányokkal hirdesse

Hauk Zoltán

- Sláger Rádió - Juventus Rádió (HEROE tag), TriMedia Kft. - ügyvezető igazgató
- 2004-től helyi rádiós kampányok optimalizálása

Tartalom



- A helyi rádiók szerepe a reklámkampányokban
- Lokális reklámkampány optimalizálás
- Klasszikus vs. non-spot kampányok, integrált megoldások
- Esettanulmány

A helyi rádiók főbb jellemzői



- A vételkörzetében élőknek szól
- Jelentős a lokális tartalom
- A zene mellett többnyire helyi híreket, információkat, eseményeket közvetít
- Széles célcsoportra fókuszál

Helyi rádiók, mint reklámfelület

- Magas elérésű és affinitású médium
- Erős emóció a hallgatóval
- Költséghatékony és kisebb holtzórású kampányok
- Személyre szabott üzenet
- Országos lefedettség
- Csatornánként változtatható tartalom



Lokális kampányoptimalizálás helyi rádiókkal



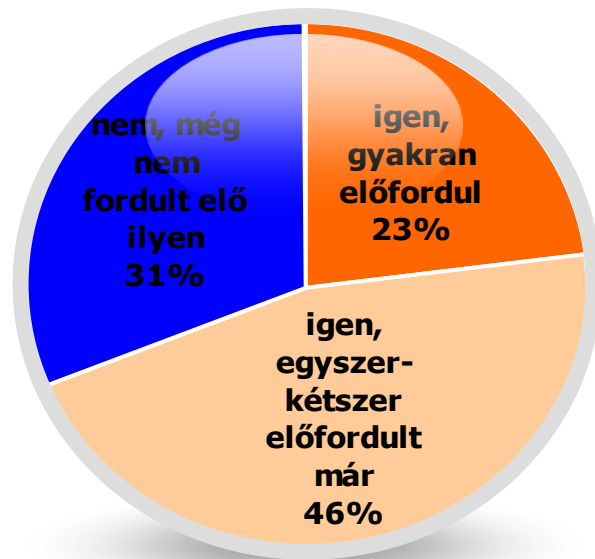
- Hallgatottsági adatok, peak pontok, drive time
- Időzítés, blokkpozíció
- Non-spot megoldások
 - Klasszikus szponzoráció – pl. időjárás jelentés támogatása
 - Dinamikus szponzoráció – tartalmi integrált megoldások, aktív online jelenlét
- Kapcsolódás a helyi promócióhoz
- Kitelepülés, bejelentkezés, rendezvények, események, road show

A helyi rádiók közösség- és közönségszervező ereje

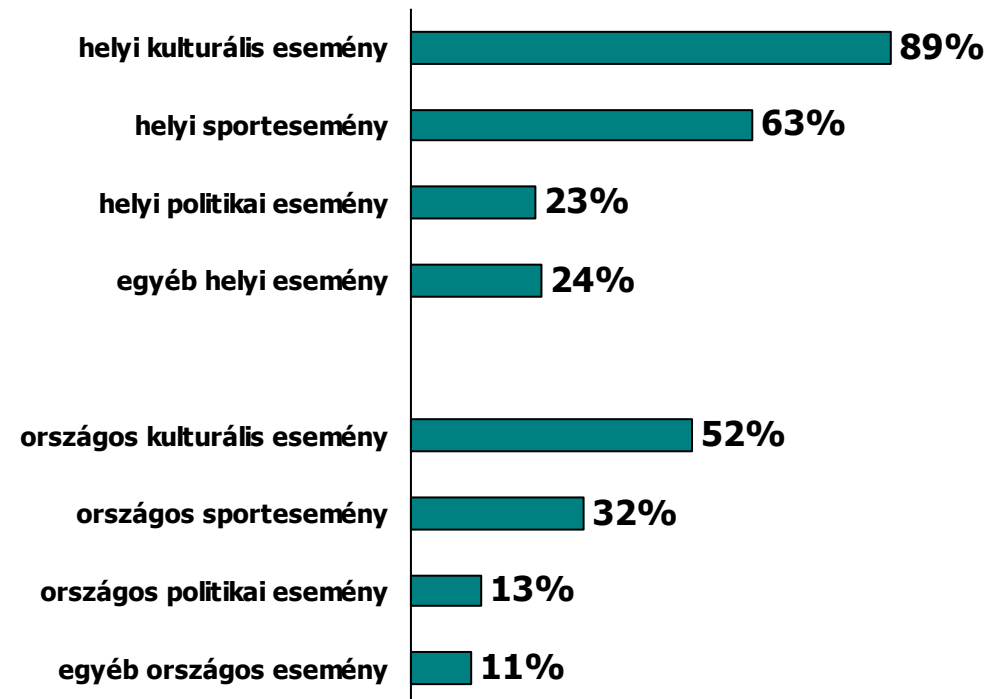


A helyi rádiók hallgatóinak kétharmada vett már részt olyan eseményen, melyről a helyi rádióból értesült. Leggyakrabban helyi kulturális és sporteseményen vesznek részt a hallgatók.

Részvétel olyan rendezvényen, eseményeken, melyről a helyi rádióból értesült



A rendezvény, esemény jellege



Integrált kampányok - esettanulmány



Cél: adott városban élők elérése, biztosítási portál egy új utazási portált vezet be a piacra
Időzítés: 2015. november-december

A portál bevezető kampányához egy komplex csomagot állítottunk össze az alábbi megjelenésekkel:

- Klasszikus elemek - szponzorációs jelenlét:
 - Időjárás jelentés, később hójelentés támogatása
- Direkt spotok
- Speciális elem – egyedi megjelenés:
 - „Last minute” ajánlati mini program
- Játék: „nap slágere” zenei játék, nyeremény: utasbiztosítás

A megjelenéseket időzítése:

- A kampány 1. hétében: direkt spotok és a játék felhívásának elindítása
- 2. és 3. hétben: direkt spotok és a játék
- 4. hetében: direkt spotok és időjárás jelentés szponzoráció
- 5-8. hetében: időjárás jelentés és last minute egyedi program

Integrált kampányok - esettanulmány



A kampány elemei:

- közel 3 hetes, játékkal egybekötött intenzív kampány,
- Napi 8-10 promóciós spot, amelyek az adásbeli aktivitást népszerűsítik, kiemelten megjelenítve benne a játékban együttműködő partnert, az új utazási portált.
- Játék, benne minden nap 4 alkalommal egy nyertessel, aki megnyeri a felajánlott nyereményt a portál felajánlásával
- A kampány időtartama alatt minden héten szerda és péntek között egy ún. „Last minute” időszak kialakítása
- A „last minute” ajánlat alkalmával minden héten az ügyfél által kiválasztott és kimondottan kedvező áron kínált úti cél/repülőjegy/belföldi programot ajánljuk a hallgatóknak:
 - „A Rádió ajánlata ezen a héten....”
- A „last minute” ajánlatok elhangzása reklámblokkoktól elkülönülten történik, naponta 4 alkalommal.
- Az ajánlat során elhangzanak az ügyfél által fontosnak tartott információk: ár, foglalás menete, weboldal címe stb.
- A rádió website-on banner megjelenés, illetve facebook oldalán 3-4 post a játékról (60 000 rajongó)

Köszönöm a figyelmet!

