



CINCO RAZONES PARA QUE HAGA VD. DE LA RADIO SU MEDIO PREFERIDO

LA RADIO OFRECE SEGMENTACION POR LOS DIFERENTES CONTENIDOS de las emisoras y de los programas. Esto permite a los anunciantes comunicarse de forma selectiva con los grupos que más les interesa. A esto se suma la segmentación geográfica lo que significa que las marcas pueden centrar su publicidad sobre su red de ventas directa.

LA RADIO LLEGA A LAS PERSONAS EN LOS MOMENTOS PERTINENTES Y LUGARES

porque la mayoría de los oyentes de radio se dedican a otra actividad, y esto significa que los anunciantes pueden llegar a los oyentes en los momentos de máxima receptividad, y ahora que la radio se puede escuchar en el móvil, en internet, etc, estos momentos son cada vez más generalizados.

LOS ANUNCIOS EN LA RADIO LLEGAN CON MENOR ZAPPING

Las investigaciones demuestran que la Radio tiene el nivel más bajo de zapping; el oyente rara vez cambia de emisora y está disponible para escuchar cualquier mensaje que sea relevante, creativo o interesante. Se trata de una gran oportunidad para los anunciantes que desean llegar a nuevos clientes, o para decir a los clientes existentes algo que no sabían.

LA RADIO TIENE UN EFECTO MULTIPLICADOR DE LA PUBLICIDAD EMITIDA EN OTROS MEDIOS VISUALES, según lo demuestran diferentes estudios. El efecto multiplicador de la Radio parece originarse en el hecho de que es un medio sin imágenes, y por lo tanto estimula una parte diferente del cerebro.

LA RADIO ES "UN AMIGO"

Los oyentes escuchan la radio por razones emocionales, para mantener arriba el ánimo, para evitar sentirse aburridos en un auto o aislados mientras hacen las tareas diarias. Esto los lleva a ver a la radio como una especie de amigo, y éste es un contexto valioso para que un anunciante haga publicidad. Esta publicidad se potencia aún más cuando el contenido está apoyado por promociones. Cuando en una emisora de radio el presentador habla acerca de "nuestros amigos de la empresa X", para el oyente es oír hablar a un amigo de otro amigo y esto tiene el fuerte efecto de hacer a una marca más cercana.

