

deltaplain.

I PERCHE' DELLA RADIO

**Punti di Forza, Caratteristiche Distintive
e Funzioni Emozionali
del Mezzo Radiofonico**

A cura di CLAUDIO ASTORRI

**Professore di "TEORIE E TECNICHE DELLA RADIO MUSICALE"
presso il MASTER in COMUNICAZIONE MUSICALE.**

Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano.



**ASTORRI
per
MARKETING OPENDAY 4**



IL PERCORSO DE "I PERCHE' DELLA RADIO"

OBIETTIVO: ANALIZZARE IL MEZZO, PROMUOVERNE IL SAPERE.

STRUMENTI: 30 MINUTI con 3 VIDEO e 24 SLIDE.

- 1) [VIDEO] LA RADIO RENDE**
- 2) I NUMERI DELLA RADIO**
- 3) LA COPERTURA DELLA RADIO**
- 4) I PUNTI DI FORZA DELLA RADIO**
 - TARGETABILITY**
 - MOBILITA'**
 - GRATUITA'**
- 5) LE CARATTERISTICHE DELLA RADIO**
 - FAMILIARITA'**
 - LIBERTA'**
 - CONTATTO**
- 6) IL SIGNIFICATO EMOZIONALE DELLA RADIO**
- 7) DELTA PLAIN: LA FORZA LOCALE, IL GRUPPO LEADER**
- 8) RADIO DELTA 1: IL PRIMATO**
- 9) COME COMUNICARE ON-AIR CON EFFICACIA**
- 10) CREATIVITA' SULLA RADIO: IL CASO «OLD SPICE»**
- 11) [VIDEO] RADIO MATTERS**

deltaplain®

**I PERCHE' DELLA RADIO
VIDEO SULLA RADIO
LA RADIO RENDE, a cura di FCP**



I PERCHE' DELLA RADIO

I NUMERI DELLA RADIO

T.E.R. - Indagine ufficiale, dati del 1° SEM 2018

1) ASCOLTATORI SETTIMANALI

Ogni Settimana 43.925.340 persone oltre i 14 anni ascoltano la Radio in Italia.
Il dato è pari al 82,92% della popolazione 14+ della Penisola.

Nell'Area DeltaPlain*: 1.328.780 persone pari all'81,57% della popolaz. 14+.

2) ASCOLTATORI GIORNALIERI

Ogni Giorno 35.534.530 persone oltre i 14 anni ascoltano la Radio in Italia.
Il dato è pari al 65,19% della popolazione 14+ della Penisola.

Nell'Area DeltaPlain*: 1.042.050 persone pari al 63,99% della popolaz.
14+

3) ASCOLTATORI MEDI NEL QUARTO D'ORA

In ogni Quarto d'Ora 06-24 sono mediamente all'ascolto 6.350.830 persone.

Nell'Area DeltaPlain*: 191.690 persone mediamente all'ascolto.

Area DeltaPlain*: Province AP+AQ+TE+CH+PE+CB+IS

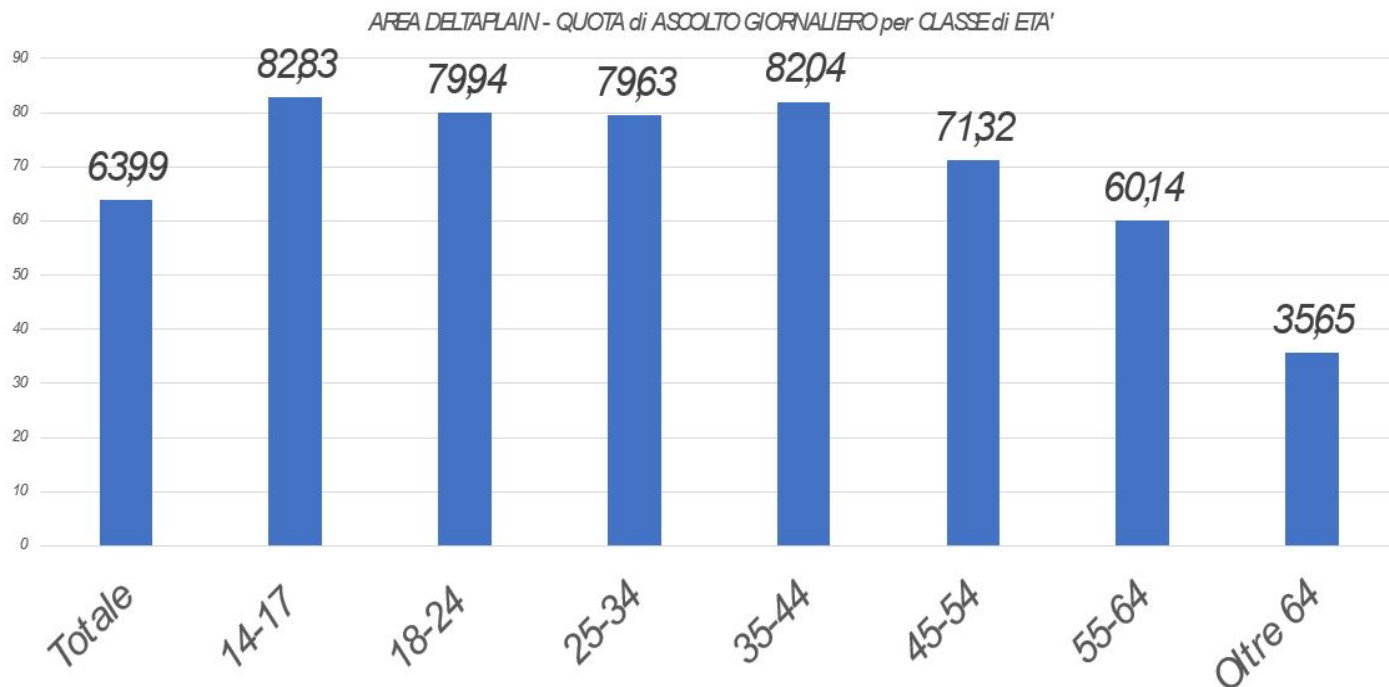
I PERCHE' DELLA RADIO

LA COPERTURA DELLA RADIO

T.E.R. - Indagine ufficiale, dati del 1° SEM 2018

MARKETING
OPENDAY 4

LA COPERTURA
DELLA RADIO



I PERCHE' DELLA RADIO

I PUNTI DI FORZA

OGGETTIVITA' SULLA RADIO

1) TARGETABILITY

E' l'unicità della Radio nel servire Target Socio-demografici determinati con ogni singola stazione.

2) MOBILITA'

E' l'unicità della Radio nell'essere universale potendo raggiungere chiunque anche in movimento.

3) GRATUITA'

Un benefit fondamentale: la Radio è un Servizio Pubblico a libero accesso completamente gratuito, 24 ore su 24, 7 giorni su 7.

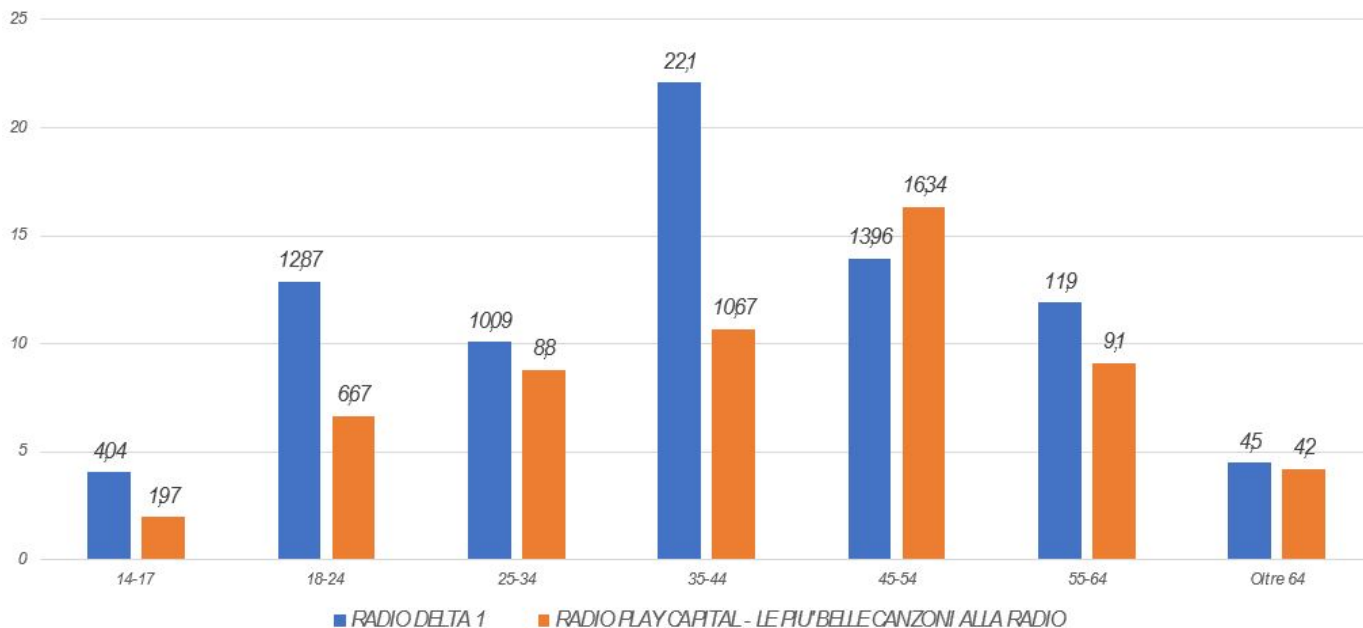
I PERCHE' DELLA RADIO IL PUNTO DI FORZA 1 di 3 TARGETABILITY

1) TARGETABILITY

MARKETING
OPENDAY 4

I PUNTI DI FORZA
DELLA RADIO

ANALISI DELL'ASCOLTO nel GIORNO MEDIO per TARGET di ETA'



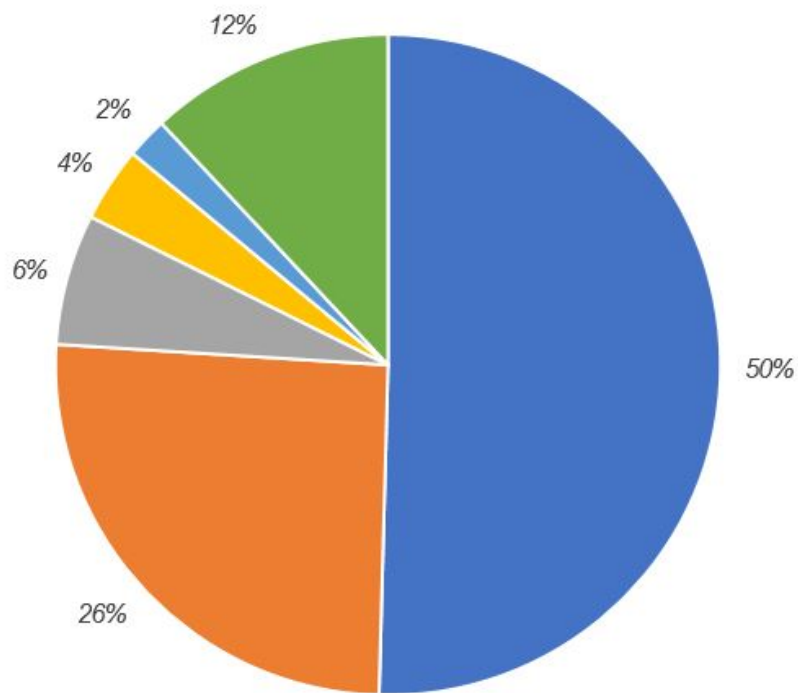
I PERCHE' DELLA RADIO IL PUNTO DI FORZA 2 di 3 MOBILITA'

2) MOBILITA'

MARKETING
OPENDAY 4

I PUNTI DI FORZA
DELLA RADIO

AREA DELTAFLAIN - QUOTE di ASCOLTO per DEVICE



■ Autoradio ■ Apparecchio radio ■ Tv ■ Smartphone/Cellulare ■ PC/tablet ■ Altro/Non esclusivo

I PERCHE' DELLA RADIO IL PUNTO DI FORZA 3 di 3 GRATUITA'

3) GRATUITA'

IN OGNI OCCASIONE



Ascolta
la radio...

Ascoltatori almeno 1 giorno a settimana



I PERCHE' DELLA RADIO

LE CARATTERISTICHE DELLA RADIO

LA PERCEZIONE ALLA RADIO

1) FAMILIARITA'

E' la caratteristica per la quale l'ascoltatore prova un sentimento familiare per la stazione preferita.

2) LIBERTA'

E' un grande benefit: la televisione interrompe le attività dell'individuo, mentre la radio le accompagna.

3) CONTATTO

Tutte le ricerche confermano che un vantaggio della radio è il contatto con il mondo.

I PERCHE' DELLA RADIO

LA CARATTERISTICA 1 di 3

FAMILIARITA'

1) FAMILIARITA'

La radio è «con»



Una reale «compagna» (non immaginaria, ma concreta come lo è il senso dell'udito) che:

- è a disposizione
- ovunque, in casa e fuori, nel posto di lavoro e nel tempo discrezionale, quando si è in movimento e durante il riposo.

La compagnia della radio non è sempre amicizia (sarebbe troppo impegnativa) ma lo può diventare in certi momenti, per certi programmi, per talune «voci» che suscitano particolare empatia.



I PERCHE' DELLA RADIO

LA CARATTERISTICA 2 di 3

LIBERTA'

2) LIBERTA'

Accompagnati ma non dominati (sentirsi liberi)



La radio è relazione monosensoriale orizzontale

- ❑ che permette di agire le proprie performance
- ❑ accompagnati ma non dominati dal mezzo.

La sua è una relazione interstiziale – quasi subliminale – che predispone e che non indisporre (e quando succede, è un attimo passare ad un differente tono e contenuto di voce, cambiando programma).

SENTIRSI LIBERI



I PERCHE' DELLA RADIO LA CARATTERISTICA 3 di 3 CONTATTO

3) CONTATTO

MARKETING
OPENDAY 4

LE CARATTERISTICHE
DELLA RADIO

AREA DELTAPLAIN - CURVA di ASCOLTO RADIO GENERALE



I PERCHE' DELLA RADIO

IL SIGNIFICATO EMOZIONALE DELLA RADIO

1) LA RADIO SOTTOFONDO

MARKETING
OPENDAY 4

IL SIGNIFICATO
EMOZIONALE
DELLA RADIO

La radio sottofondo



- supporto all'isolamento domestico
- compagnia/intrattenimento soft
- la casa con un altro ego
- compagna di viaggio
- supporto per contenuti «tappeto sonoro»
- ingaggio per «saperi esperti» quando serve.

I PERCHE' DELLA RADIO

IL SIGNIFICATO EMOZIONALE DELLA RADIO

2) LA RADIO MASSAGGIO

MARKETING
OPENDAY 4

IL SIGNIFICATO
EMOZIONALE
DELLA RADIO

La radio massaggio



- tempo ricco di parole e musiche
- quando se ne sente la mancanza
- antidepressivo naturale

- info mirate
- in momenti canonici del giorno, il mattino, il pomeriggio, la sera, la notte
- le news – non solo giornalistiche – che servono per sentirsi nel tempo.

I PERCHE' DELLA RADIO

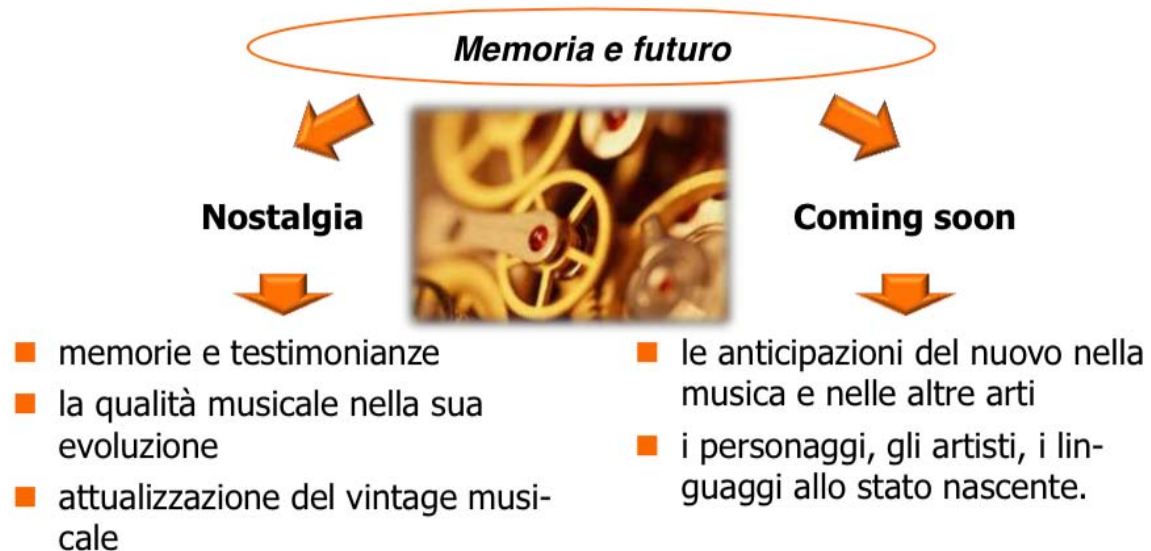
IL SIGNIFICATO EMOZIONALE DELLA RADIO

3) LA RADIO VIAGGIO NEL TEMPO

MARKETING
OPENDAY 4

IL SIGNIFICATO
EMOZIONALE
DELLA RADIO

La radio viaggio nel tempo



I PERCHE' DELLA RADIO

IL SIGNIFICATO EMOZIONALE DELLA RADIO

4) LA RADIO DIVERTIMENTO

MARKETING
OPENDAY 4

IL SIGNIFICATO
EMOZIONALE
DELLA RADIO

La radio divertimento



I PERCHE' DELLA RADIO

IL SIGNIFICATO EMOZIONALE DELLA RADIO

5) LA RADIO TERRITORIO

MARKETING
OPENDAY 4

IL SIGNIFICATO
EMOZIONALE
DELLA RADIO

La radio territorio



I PERCHE' DELLA RADIO

IL SIGNIFICATO EMOZIONALE DELLA RADIO

6) LA RADIO MUSICA

MARKETING
OPENDAY 4

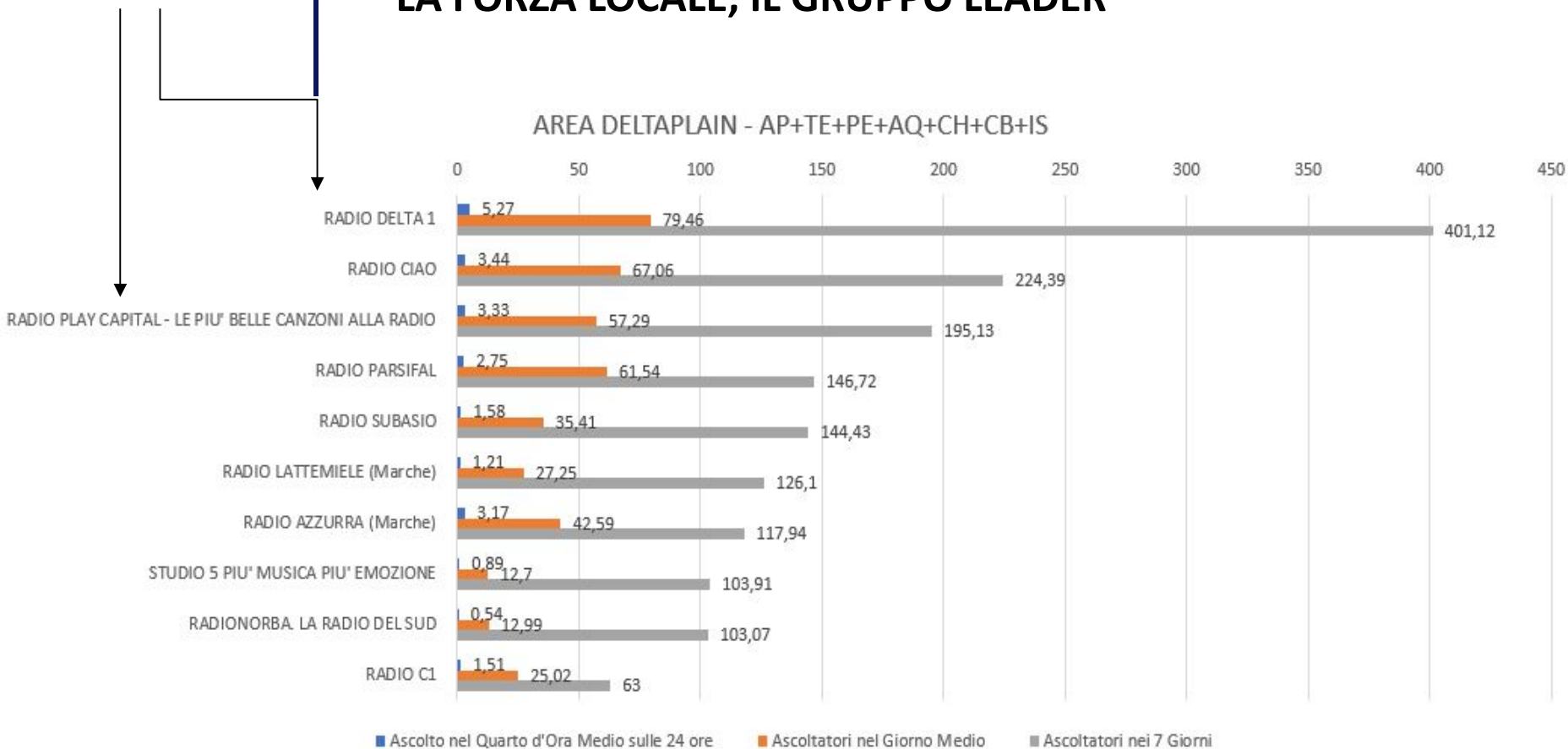
IL SIGNIFICATO
EMOZIONALE
DELLA RADIO

La radio musica



deltaplain®

I PERCHE' DELLA RADIO DELTA PLAIN LA FORZA LOCALE, IL GRUPPO LEADER



I PERCHE' DELLA RADIO RADIO DELTA 1 IL PRIMATO



TERAMO

N° 1 tra gli Ascoltatori 7 Giorni

PESCARA

N° 1 tra gli Ascoltatori 7 Giorni
N° 1 tra gli Ascolti Medi nel Quarto
d'Ora

CHIETI

N° 1 tra gli Ascoltatori 7 Giorni
N° 1 tra gli Ascoltatori nel Giorno
Medio
N° 1 tra gli Ascolti Medi nel Quarto
d'Ora

CAMPOBASSO-ISERNIA

I PERCHE' DELLA RADIO COME COMUNICARE ON-AIR CON EFFICACIA

FREQUENZA

La Radio è un «frequency medium» con forti ricicli (TSL = 210 min).

Pianificare con un numero adeguato di spot per giorno, 8/10.

Oltre le 2 settimane i risultati di copertura sono molto importanti.

AZIONE

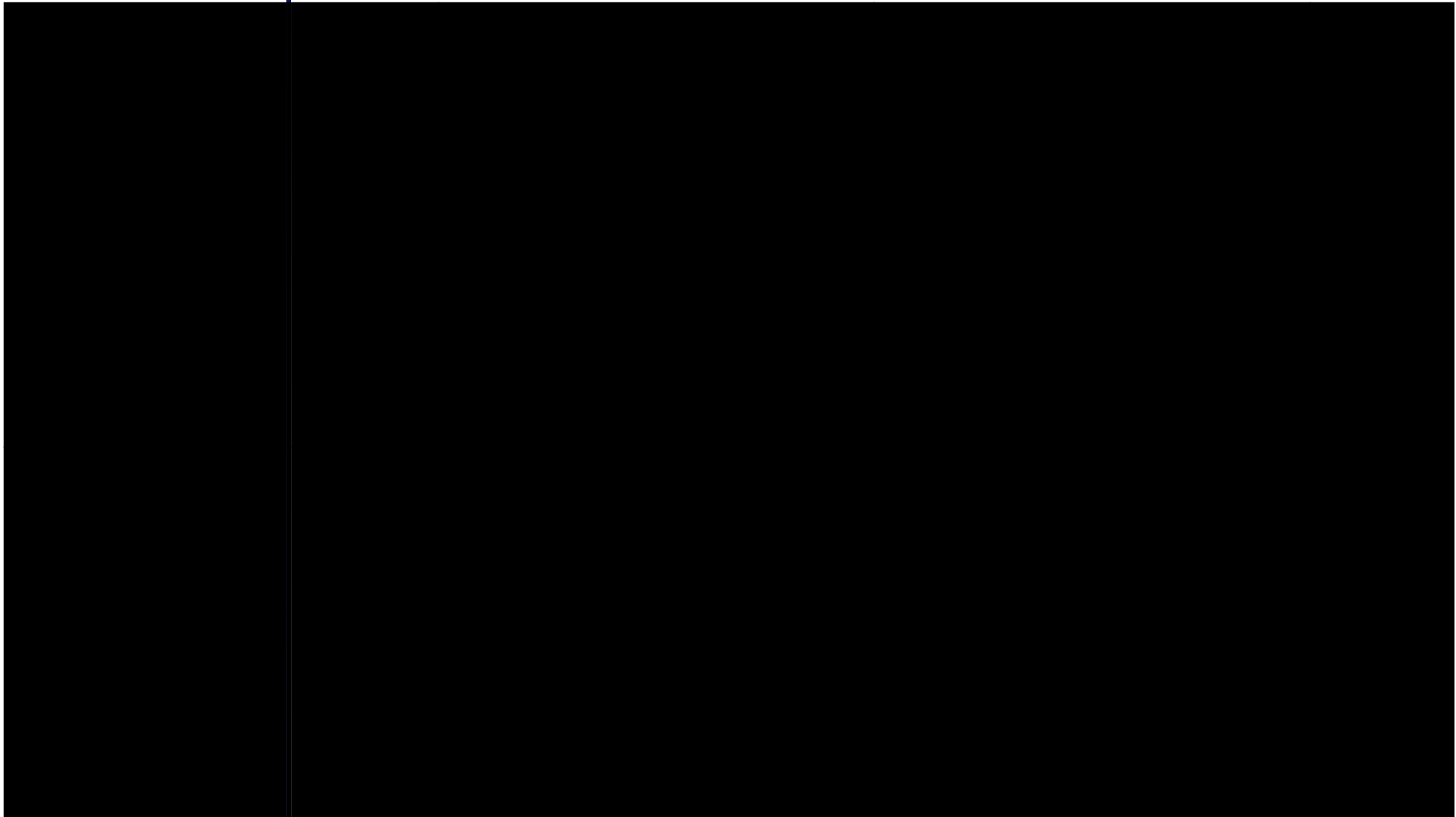
La Radio necessita di chiarezza sugli obiettivi del messaggio.

Gli spot che esprimono «tutto e di più» non funzionano proprio più.

Concentrarsi sulla AIDA della comunicazione. L'azione?

deltaplain.

**I PERCHE' DELLA RADIO
CREATIVITA' SULLA RADIO
IL CASO «OLD SPICE»**



deltaplain.

**I PERCHE' DELLA RADIO
VIDEO SULLA RADIO
RADIO MATTERS – A cura del RADIO ADVERTISING BUREAU**

