

Ihr erster Radiospot:

Ein Leitfaden zum Einstieg in das Erfolgsmedium

1. Spot-Produktion:

Was soll der Hörer tun?

Definieren Sie Ihre Kernbotschaft, die den Hörer zum Handeln anregen soll. Je nach Ziel der Kampagne, ob Abverkauf oder Image, unterscheidet sich der Inhalt des Spots samt Call to Action.

Wie soll meine Marke klingen?

Radio lebt von Kopfkino, was Sie sich zu Nutze machen können. Unsere erfahrenen Partner helfen Ihnen gerne bei der Inszenierung Ihrer Marke, die mit einem passenden Sprecher und eigenen Audiologo nochmals einprägsamer gestaltet werden.

Welcher Sender passt zu mir?

Je nach Umfeld sollte der Spot passend gestaltet werden, um das gesamte Wirkungspotential auszuschöpfen. Da jede Sekunde kostet, sollte das bereits bei der Kreation bedacht werden.

2. Media-Planung:

Wen möchte ich erreichen?

Definieren Sie Ihre Zielgruppe. Unsere erfahrenen Mediaplaner platzieren auf dieser Basis mit Hilfe von repräsentativen Studien Ihre Spots im passenden Werbeumfeld der richtigen Sender. Diese Leistungswerte Ihrer individuellen Kampagne weisen wir Ihnen direkt im Rahmen eines unverbindlichen Angebots mit aus.

Wie hoch ist mein Budget?

Je nach finanziellen Möglichkeiten variiert auch die Wirksamkeit einer Kampagne. Für eine effektive Woche on Air auf BAYERN 1 oder 3 (mit je drei Schaltungen pro Tag) empfehlen wir ein Mediabrutto von ca. 20.000 €, wobei Sie mit diesem Investment nicht nur die große Reichweite im Freistaat bekommen. Auch profitieren Sie im Umfeld der öffentlich-rechtlichen Programme von gesteigerter Glaubwürdigkeit, Kaufkraft und schließlich Werbewirkung.

Wann soll meine Kampagne ausgestrahlt werden?

In Abstimmung des gesamten Marketing Mixes sollte Ihre Kampagne mit ein paar Wochen Vorlauf geplant werden. Je nach Auslastung kann Ihnen unsere Disposition nur so die optimalen Werbeblöcke in den für Sie relevantesten Werbeschienen & Tageszeiten garantieren.

3. Forschung:

Wie kam meine Botschaft an?

Die Spot-Analyse Radio (SARA) macht den Erfolg Ihrer Kampagne durch die Befragung von Hörern messbar und zeigt etwaige Potentiale für Verbesserungen auf.

Wie hoch war die Wirkung meiner Kampagne?

Nutzen Sie Tracking-Methoden und werten Sie Ihre Zahlen im Nachgang der Kampagne aus, um den Mehrwert zu sehen. Gerne unterstützen wir Sie auch im Nachgang noch mit individuellen Analysen der Leistungswerte sowie ergänzenden Studien.

Was kann ich beim nächsten Mal verbessern?

Gerne nutzen wir die Ergebnisse, um Ihren Auftritt für die nächsten Kampagnen zu optimieren und so Radio zum bewährten Bestandteil Ihres Media Mixes zu machen.

Ihre Ansprechpartnerin:

Frau Claudia Sorowka, Verkauf
claudia.sorowka@br-media.de / +49 (0)89 5900 10 721

