

Heeft u iets te melden?



De dorpsomroeper, jarenlang een succesvol medium!

Als 'moderne dorpsomroeper' brengen wij anno nu nog altijd 'annonces' onder de aandacht van 'boeren, burgers en buitenlui'.

Heeft u iets te melden en wilt u snel een groot publiek bereiken?

Dan is een radiocampagne een perfecte oplossing om dit te realiseren.

Hoe werkt radio, wie bereikt u en wat zijn de kosten?

Op de volgende pagina's ziet u wat radio voor uw bedrijf kan betekenen.

Heeft u iets te melden?

Er zijn niet zo veel bedrijven die "niets te melden hebben" omdat het product zichzelf wel verkoopt. Bijna ieder bedrijf communiceert met consumenten om producten of diensten onder de aandacht te brengen.

U kunt kiezen voor televisie, buitenreclame, in de krant, achter een vliegtuig, op toiletdeuren, folders, enz., er zijn heel veel mogelijkheden om uw product onder de aandacht te brengen. En zo ook via de radio.

Elk medium heeft zijn eigen kwaliteit (ook de dorpsomroeper, mensen luisterden aandachtig!) en heeft voor- en nadelen. Wilt u iets laten zien, dan zijn televisie en print uitstekende mogelijkheden, maar vragen een hoge investering. Wilt u opvallen langs het strand, dan hangt u een sleep achter een vliegtuig, maar na 2 rondjes heeft men u wel gezien. Ook Google is effectief, maar ze ontdekken u pas als ze echt iets nodig hebben, dus werkt niet 'koopopwekkend'

Heeft u iets te melden en wilt u dat in korte tijd laten weten aan miljoenen personen, dan is radio een simpel, snel en doeltreffend medium.



Radio werkt altijd. Ook voor bijvoorbeeld een product als shampoo, waar fabrikanten graag gebruik maken van mooie modellen in tijdschriften. Met een beetje fantasie maak je ook voor minder voor de hand liggende producten een ijzersterke radiocommercial.

De kracht zit 'm daarna in het herhalen van de boodschap. Zo eenvoudig en doeltreffend werkt radio.

Als u denkt 'radio is niets voor ons' **stop** dan hier.

Zou radio volgens u wellicht wel bij kunnen dragen aan de bekendheid van uw merk, product of dienst, dan hebben we op de volgende pagina's een **aantal nuttige tips:**

- **Wie wilt u met uw boodschap bereiken**
- **Het juiste bereik met de juiste contactfrequentie**
- **Radio prikkelt de zintuigen**
- **Drie voorbeelden van de investering in meer klanten**

Wie wilt u met uw boodschap bereiken.

Voordat u een radiocampagne inkoop is het belangrijk dat de juiste personen worden bereikt. Als u de foto bekijkt kunt u aan 'de neuzen' van de personen niet zien wie er naar welke radiozender luistert.



Om te weten "wie luistert en naar welke zender en waar luistert men" (thuis, auto, werk) nemen alle belangrijke radiozenders deel aan het Continu Luisteronderzoek dat wordt uitgevoerd door Intomart GfK.

Uit dit onderzoek blijkt dat de radiozenders die zijn verenigd in E Power Radio per week meer dan 2.000.000 personen bereiken. Ter vergelijking, dit is meer dan Radio Veronica en een zender als Radio 538 bereikt ongeveer 3.100.000 luisteraars.

De luisteraars van E Power Radio bevinden zich voornamelijk in de leeftijdsgroep tussen de 20 en 55 jaar, met iets meer mannen dan vrouwen.

Een groot deel van de luisteraars is 'Boodschapper' dus verantwoordelijk voor de dagelijkse boodschappen.

E Power Radio biedt 100% landelijke dekking en bereikt ruim 2 miljoen luisteraars per week.

Het bereik en de contactfrequentie.

Het aantal bereikte personen is belangrijk, maar minstens zo belangrijk is de juiste contactfrequentie, dus het aantal keer dat één luisteraar uw boodschap hoort.

Een voorbeeld:

Stel uw budget is € 20.000,-.

Radiozender **A** bereikt 500.000 luisteraars, de prijs van 1 uitzending bedraagt € 500,- en met uw budget horen de luisteraars uw commercial gemiddeld **7x**.



Radiozender **B** bereikt 1.000.000 luisteraars en omdat zij 'de grootste' zijn is adverteren daar duurder, de prijs van 1 uitzending is € 1.150,-.

Met het gegeven budget is uw commercial daardoor minder vaak te horen en horen de luisteraars van deze zender uw commercial gemiddeld **3x**.



Een 'gouden regel' bij een goede radiocampagne is dat het beste resultaat wordt bereikt als iedere luisteraar de commercial gemiddeld **6 á 7x** heeft gehoord om 'tot actie over te gaan' of zich 'te nestelen' in het hoofd van de luisteraar.

Adverteren op het grootste radiostation is geen garantie voor het beste resultaat van uw campagne.

Radio prikkelt de zintuigen.

Het menselijk lichaam kent 8 zintuigen, het gezichtsvermogen, het gehoor, de reuk, de smaak, de tast, het gevoel voor temperatuur, evenwicht en spierspanning. Al deze zintuigen kunnen door middel van een radiocommercial worden geprikkeld of gevisualiseerd.

Een voorbeeld:

U loopt over een smalle hangbrug met onder u een diepe kloof. Iedere stap die u zet gaat zeer behoedzaam. Het ruisen van de waterval naast u lijkt enige verkoeling te geven op de zinderende hitte. De geur van geroosterd vlees doet u watertanden, maar uw oog is gefixeerd op nog maar één ding aan het einde van de brug: een glas koel en helder Domsteiner Bier. Domsteiner Bier, verfrissend bier tot de laatste druppel!

Met een aantal geluidseffecten is deze commercial gemakkelijk via de oren 'te visualiseren' op het netvlies van de radioluisteraar. Ziet u de persoon al snakkend naar een koel biertje over de brug lopen...

Een goede radiocommercial is de belangrijkste basis van een succesvolle radiocampagne.

Radio vraagt geen hoge investering.

Adverteren is investeren in nieuwe klanten of uw merk bij bestaande klanten 'onderhouden'.

Wat zijn de kosten van een radiocampagne vergeleken met andere mediatypen? We zetten wat voorbeelden voor u op een rijtje:

- 10 advertenties De Telegraaf, 5 x 10 cm. +/- € 36.000,-
- 10 tv-spots op RTL 4 van 30 seconden +/- € 55.000,-
- 10 pagina's in Revu +/- € 80.000,-
- 10 keer een click via Google +/- € 1,- (afhankelijk of u op pagina 1 of 23 staat)

Adverteren op Google lijkt voordelig. Maar wilt u een flink aantal personen bereiken, bijvoorbeeld 2 miljoen á € 0,10 per click, dan bedraagt uw investering € 200.000,-!

Hoe werkt dat bij radio.

We hebben 2 voorbeelden van een goede campagne voor u geselecteerd.

70 radiospots van 20", landelijk bereik, voor € 14.500,-
uitzending van maandag t/m zondag - 55 > 07.00 en 19.00 uur - 15 > 19.00 en 21.00 uur



150 radiospots van 20", landelijk bereik, voor € 27.500,-
uitzending van maandag t/m zondag - 130 > 07.00 en 19.00 uur - 40 > 19.00 en 21.00 uur
evenredig verdeeld over **een periode van 6 weken**

Bel of mail ons vrijblijvend voor meer informatie of een tailor made voorstel.