



МЕЖДУНАРОДНЫЙ **ФОРУМ**
ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ
И РИТЕЙЛА

ПАРТНЕРЫ ФОРУМА



**SA
MEDIA
GROUP**

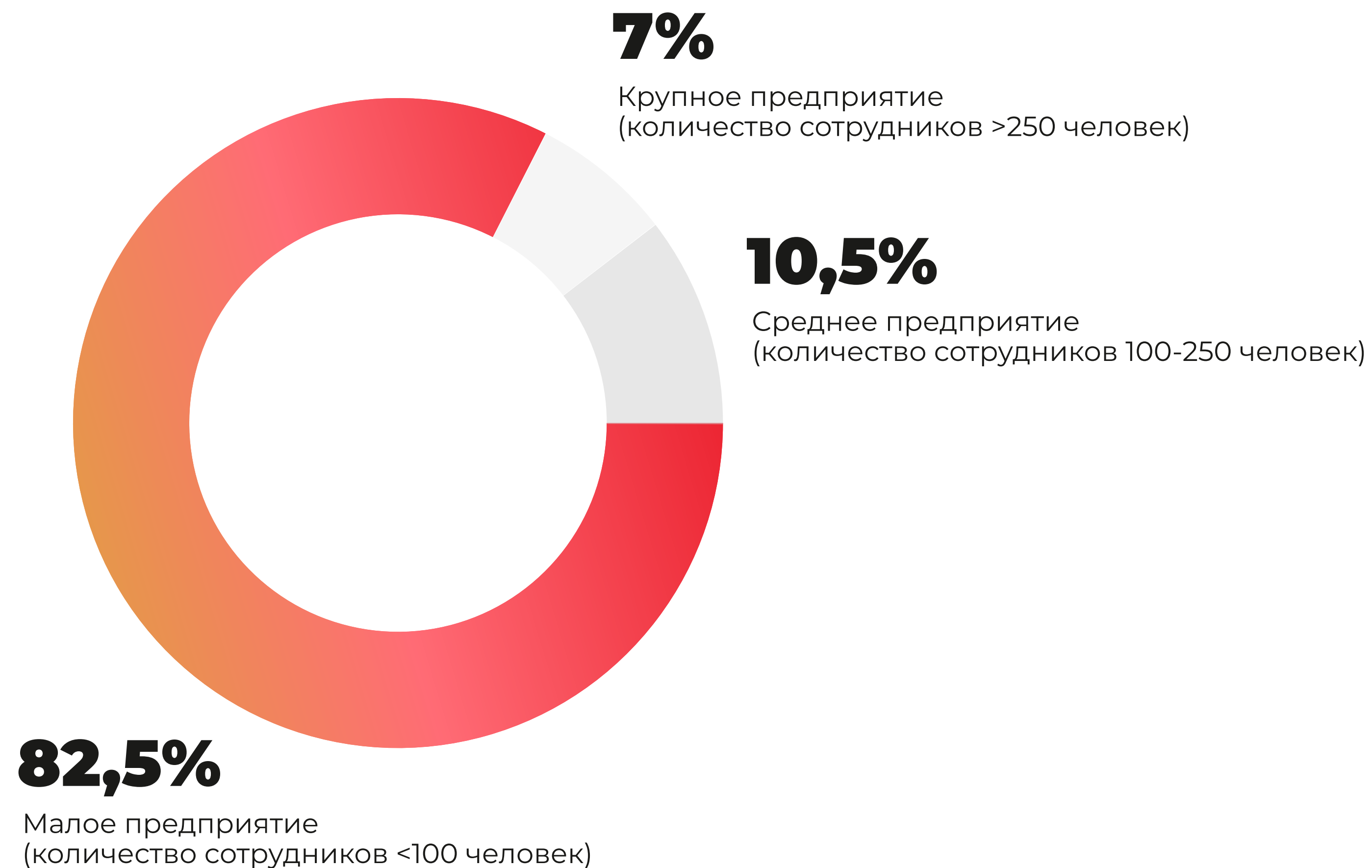
МАРИНА ФИЛАТОВА
CEO GETRADIO (ГК ВЫБЕРИ РАДИО)



Маркетплейс рекламы на радио – GETRADIO

Марина Филатова
CEO GETRADIO

Укажите, к какой категории бизнеса относится ваша компания?



Сфера бизнеса

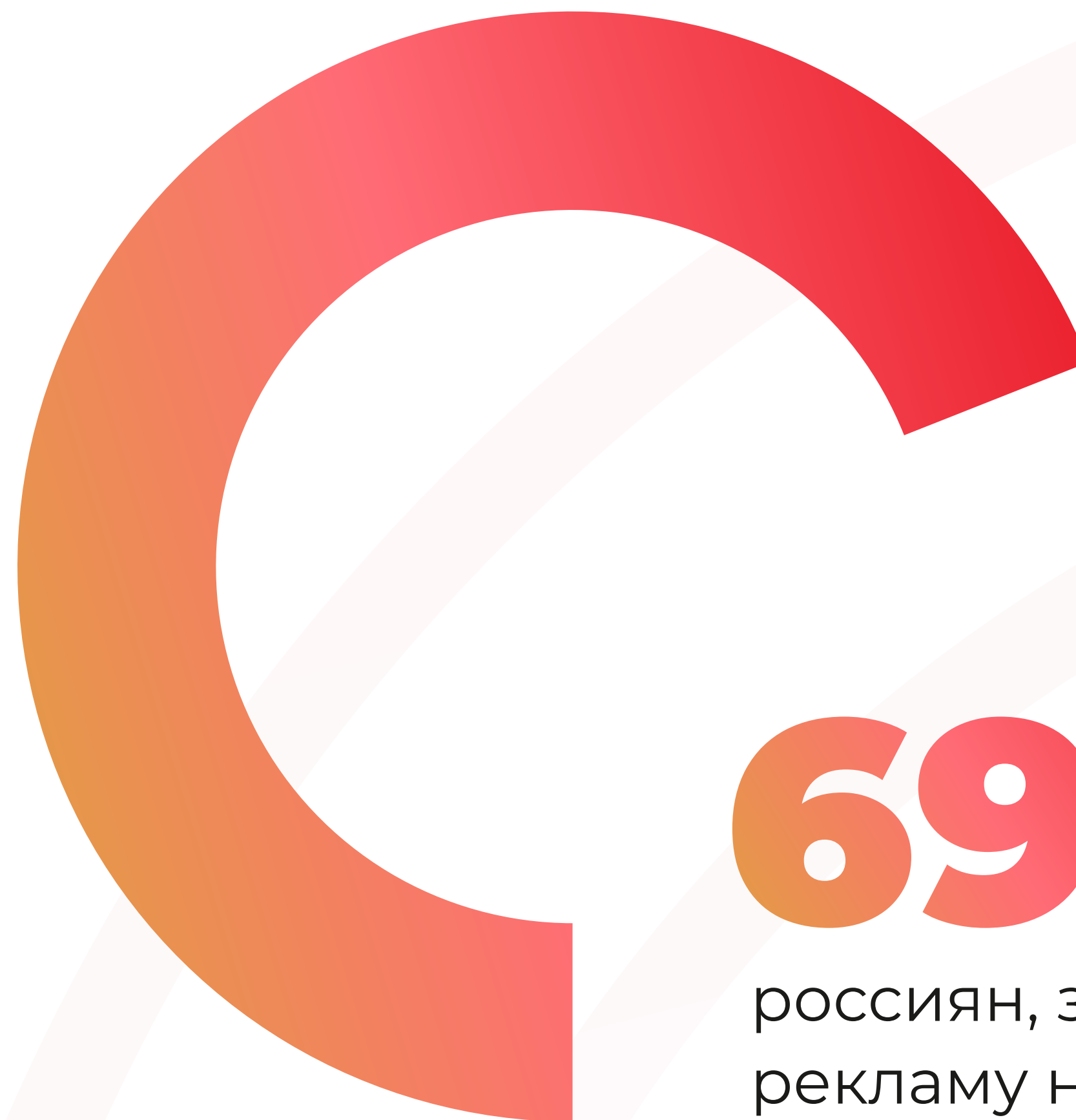
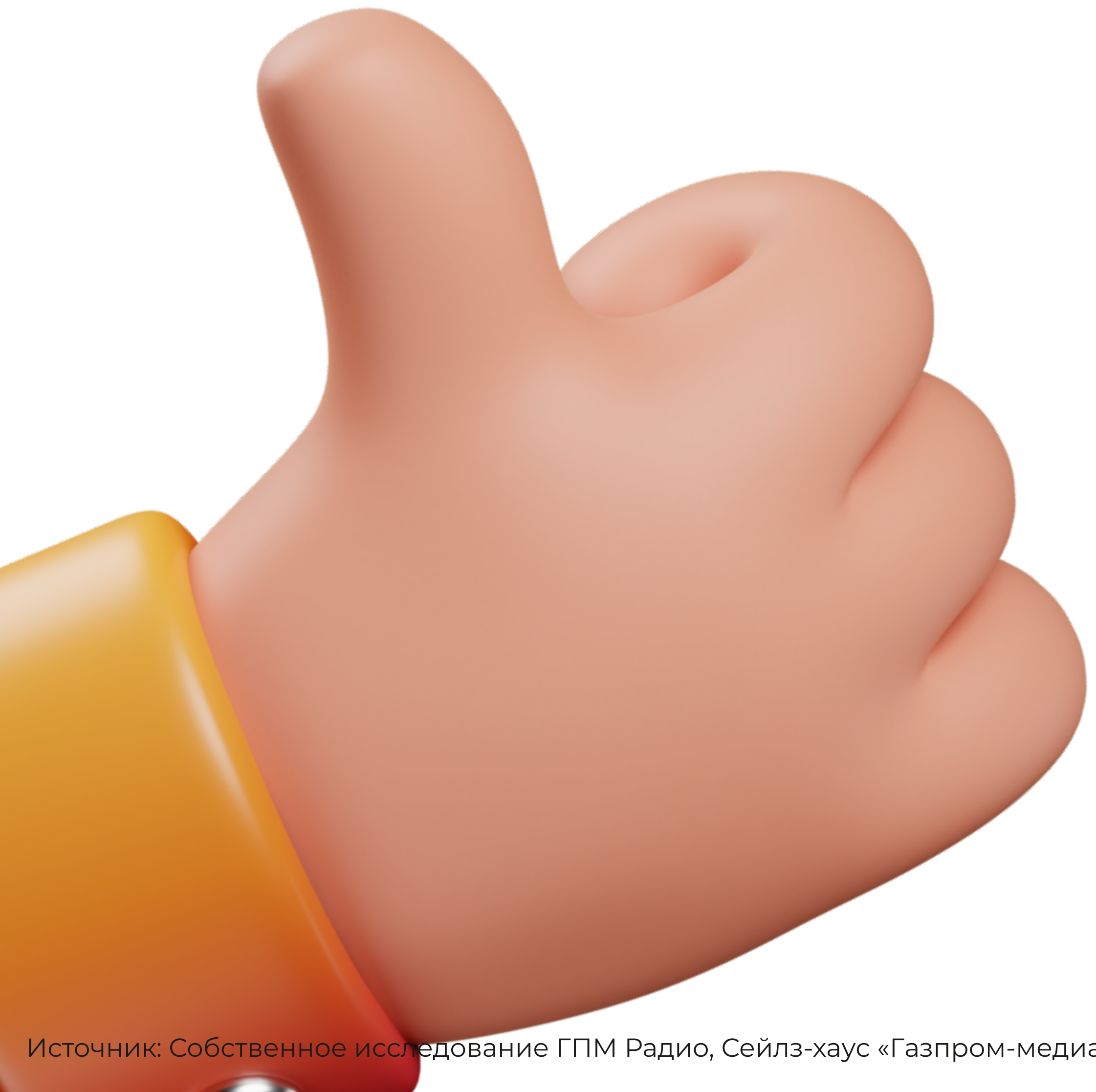
- СМИ
- Реклама
- Образование
- Красота
- Мебельные магазины
- Автомобили и сопутствующие товары
- Финансовый сектор
- Лекарства препараты, фармацевтика, медицинские центры/клиники
- Общественное питание и рестораны
- Одежда и обувь
- Продукты питания
- Ритейл (онлайн/офлайн)
- Строительные материалы и товары для ремонта
- Недвижимость
- Туризм
- Digital (Яндекс, Mail и др.)
- Другие

Категории бизнеса размещающие рекламу на радио





Как реагирует аудитория?



69%

россиян, замечают
рекламу на радио

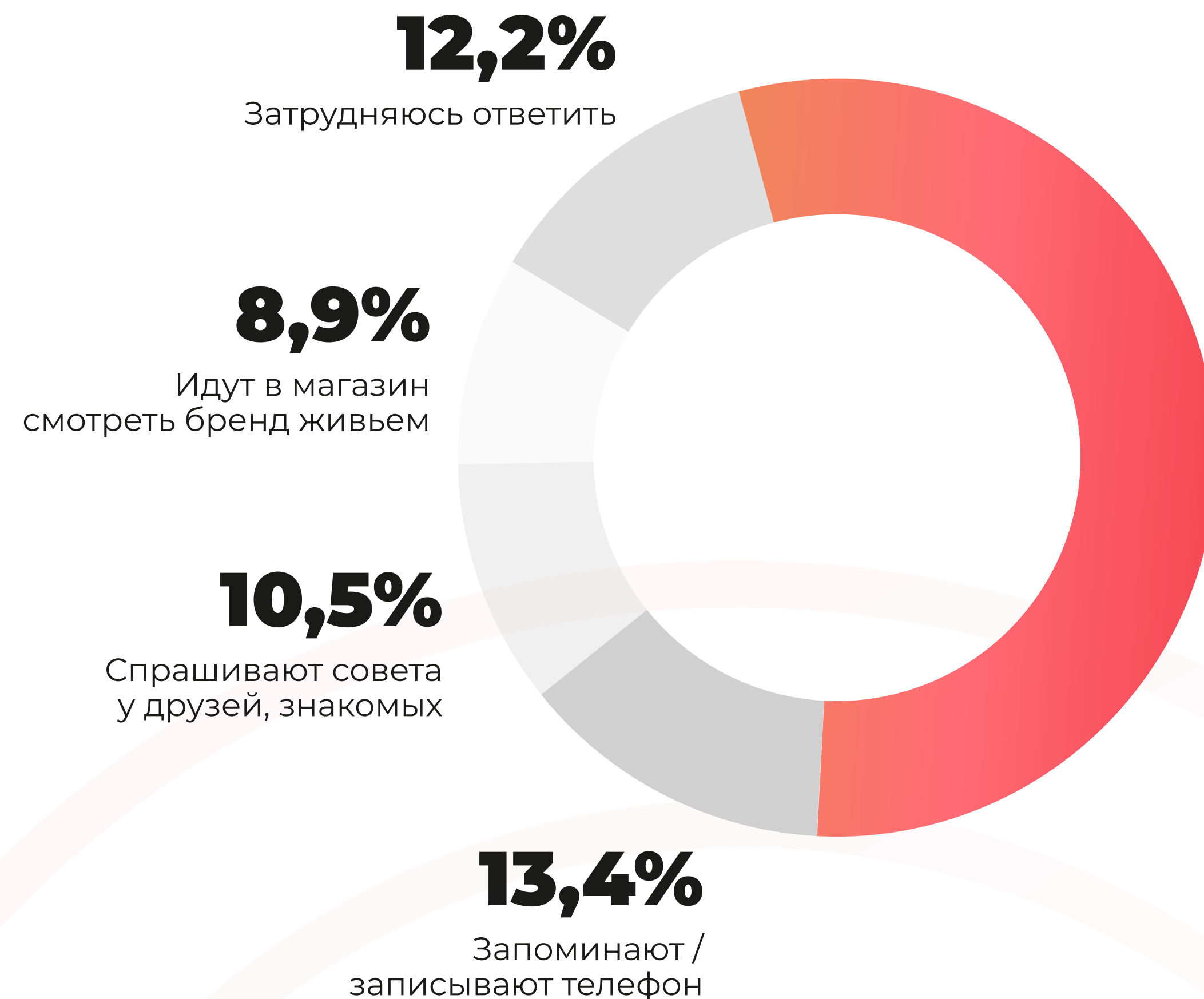
Что вы делаете, когда слышите рекламу на радио?



65%

продолжают слушать радиостанцию

Если после прослушивания рекламного ролика на радио бренд вызывает у вас интерес, какие действия вы совершаете?

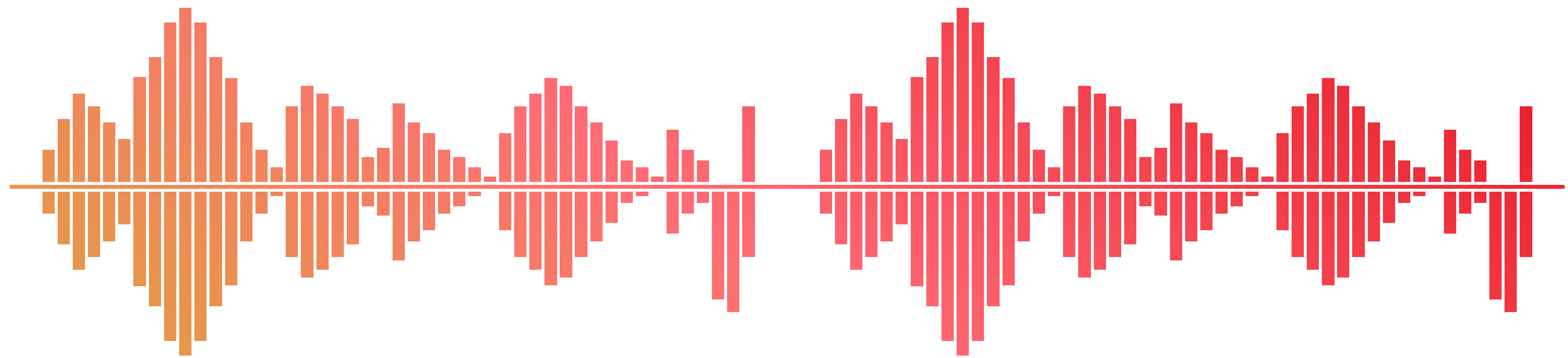


55%

ищут информацию
о бренде в интернете



Кейсы



Формат размещения: Региональные рекламные блоки

Город: Ростов-на-Дону

Клиент: Магазин цветов

Радиостанция: Новое Радио

Целевая аудитория: Ростов-на-Дону, все жители 25-45 лет

Цели: Анонс акции «черная пятница – каждую неделю»

Период кампании: 29 дней

Хронометраж ролика: 20 секунд

Бюджет: 20 790 руб.

РЕЗУЛЬТАТЫ*:

Общее количество прослушиваний ролика в ЦА: 769 660 раз

Охват ЦА: 75 290 человек

Средняя частота контакта в ЦА: 10,2 раза

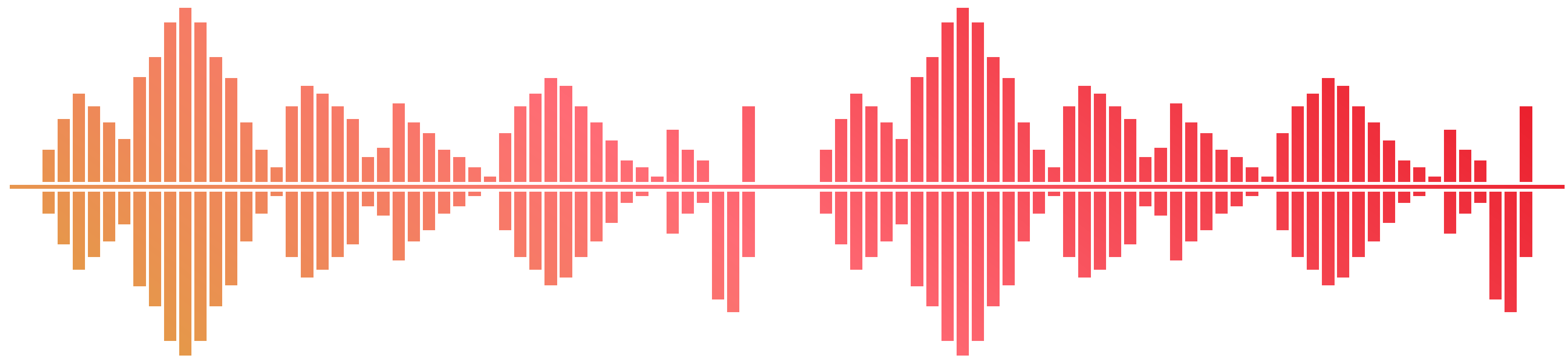
СРТ (стоимость за 1000 контактов ЦА): 27,01 руб.

Количество запросов бренда в поисковых системах Яндекс за период РК увеличилось на 37%* (данные Wordstat)

Комментарии клиента:

Почему выбрали радио? Уверен, что радио слушает почти каждый

Какие каналы использовали для продвижения? - Яндекс.Директ и 2GIS



Формат размещения: Региональные рекламные блоки

Город: Краснодар

Клиент: База отдыха

Радиостанция: Хит ФМ

Целевая аудитория: Краснодар, все жители от 18 лет

Цели: Информационный ролик, обеспечение заявок к майским праздникам

Период кампании: 22 дня

Хронометраж ролика: 20 секунд

Бюджет: 10 002 руб. ролик – 3000 руб.

РЕЗУЛЬТАТЫ*:

Общее количество прослушиваний ролика в ЦА: 326 570 раз

Охват ЦА: 98 220 человек

Средняя частота контакта в ЦА: 3,3 раза

СРТ (стоимость за 1000 контактов ЦА): 30,63 руб.

Количество запросов бренда в поисковых системах Яндекс за период РК увеличилось на 251%* (данные Wordstat)

Эффект: На майские праздники 100% SoldOut – 60% бронирования в период РК на радио

Рост запросов в РК к аналогичному периоду 2021г. +174%

Комментарии клиента:

Почему выбрали радио? Радио – это очень эффективный канал для продвижения, так как мы получаем отзывы от людей, что они про нас слышали на радио.

Во время РК на радио было много пропущенных звонков, когда мы перезванивали клиентам, большое кол-во людей отвечали, что просто записали номер на будущее.

Какие каналы использовали для продвижения? – только Радио

Тестирование гипотезы: Реклама товаров МСП – селлеров маркетплейсов

Реклама товаров предпринимателей – селлеров



Предприниматель размещает в сервисе GETRADIO – рекламу на радио «Заказывайте товар X на (Ozon, Яндекс.Маркет и т.п.)»



GETRADIO готовит аудиоролик и помогает составить эффективный медиаплан



Рекламодатель – получает дополнительный охват, трафик и заказы от рекламы на радио

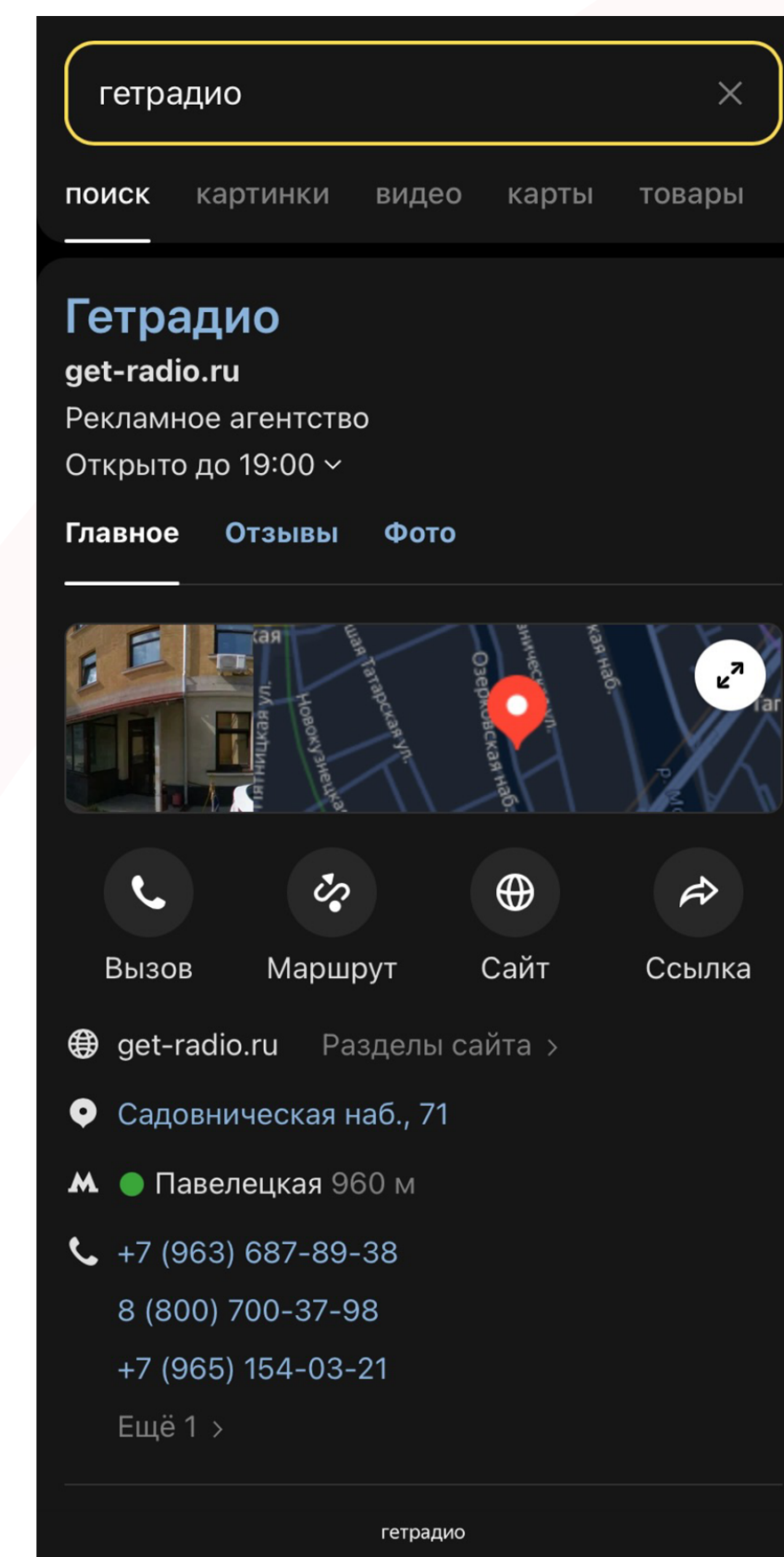
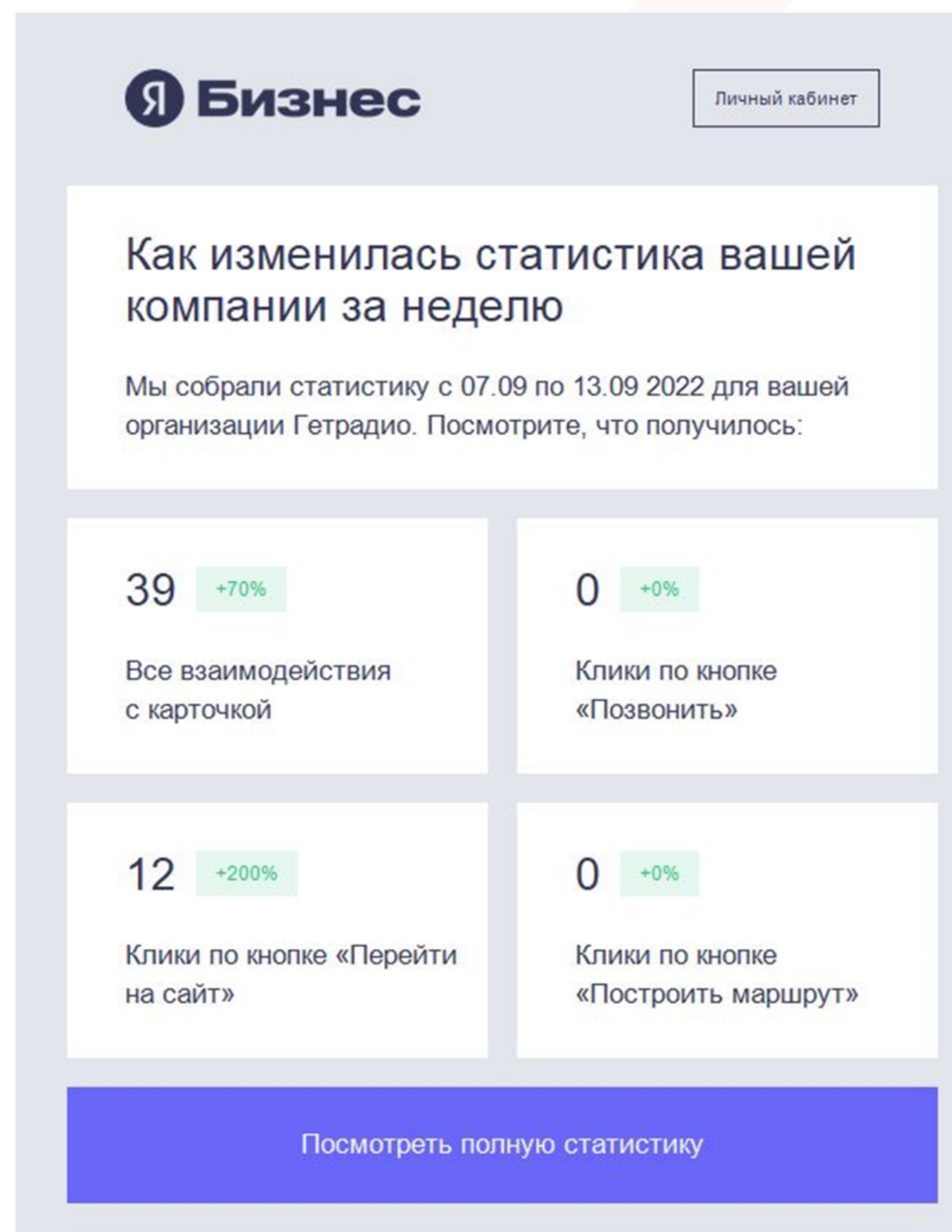


Мультиканальность: Партнёрский проект с Яндекс.Бизнес

Рекламодатель – указывает в аудиоролике «Ищите нас в «Яндекс.Картах»»

Синергия двух продуктов:

- Рост эффективности контекстной рекламы от продвижения на радио
- Гарантия первой строки при поиске в Яндекс.Картах
- Помощь в настройке рекламных кампаний на радио и в интернете





Оценка результата

Приемы оценки эффективности рекламы на радио

Динамика запросов ключевых слов или словосочетаний из вашего рекламного сообщения в поисковых системах

Приемы оценки эффективности рекламы на радио

Динамика посещаемости сайта вашей компании потенциальными заказчиками и клиентами в период проведения РК на радио

Приемы оценки эффективности рекламы на радио

Рост качества входящего трафика

Приемы оценки эффективности рекламы на радио

Уникальный промокод или лендинг

Приемы оценки эффективности рекламы на радио

Сравнение базовой модели объема продаж без влияния радиорекламы с результатами нескольких недель после рекламной кампании на радио

Приемы оценки эффективности рекламы на радио

Опрос клиентов, для определения сколько из них действительно слышали рекламу на радио



Марина Филатова
CEO GETRADIO

Спасибо за внимание!