

CASO DE ÉXITO EN LA RADIO ONLINE.

Seminario de publicidad y comunicación digital. IAB-aea.

Septiembre 2015.





TV



INTERNET



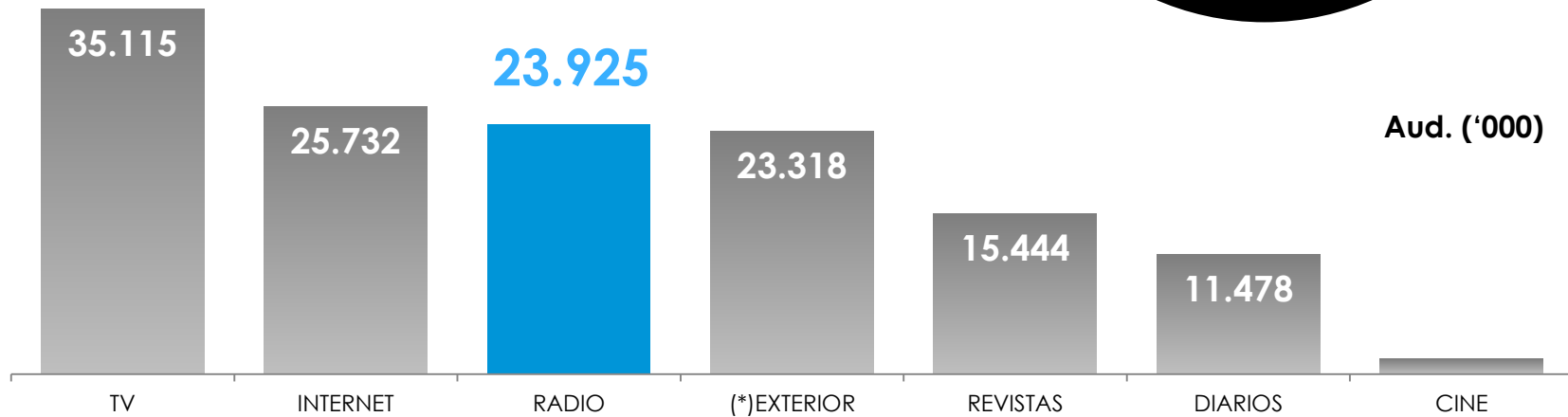
PRENSA



Radio

¿Por qué la Radio no sería uno de los medios más nombrados?

Audiencias



Fuente: EGM. 2º. Acumulado '15. Público objetivo: Total Individuos. Cuantificación ('000): 39.724

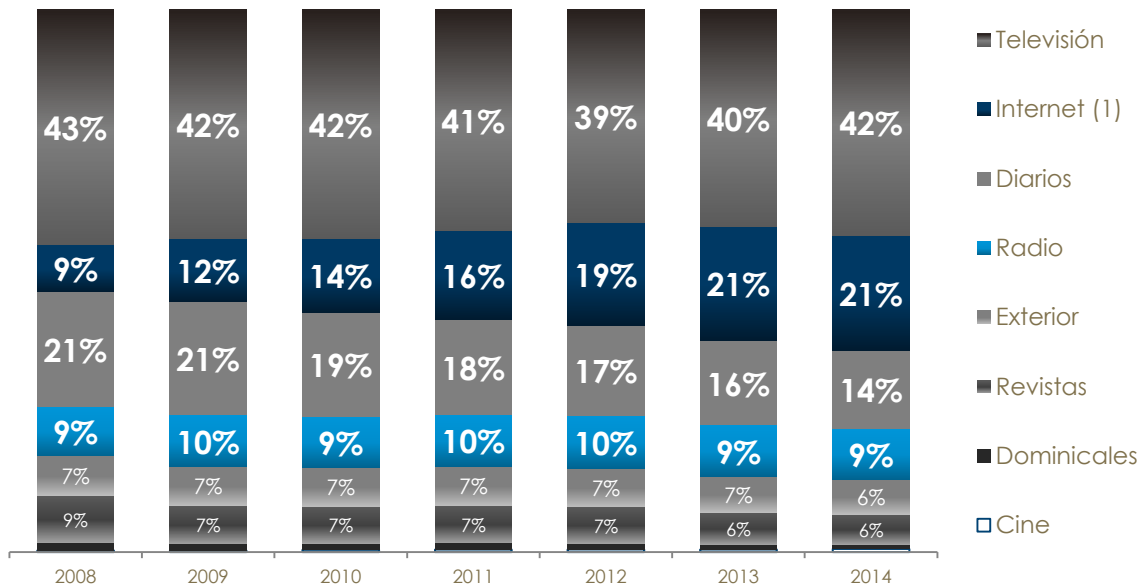
(*)Exterior: Fuente: EGM. 3er Acumulado '14. Público objetivo: Total Individuos. Cuantificación ('000): 39.680



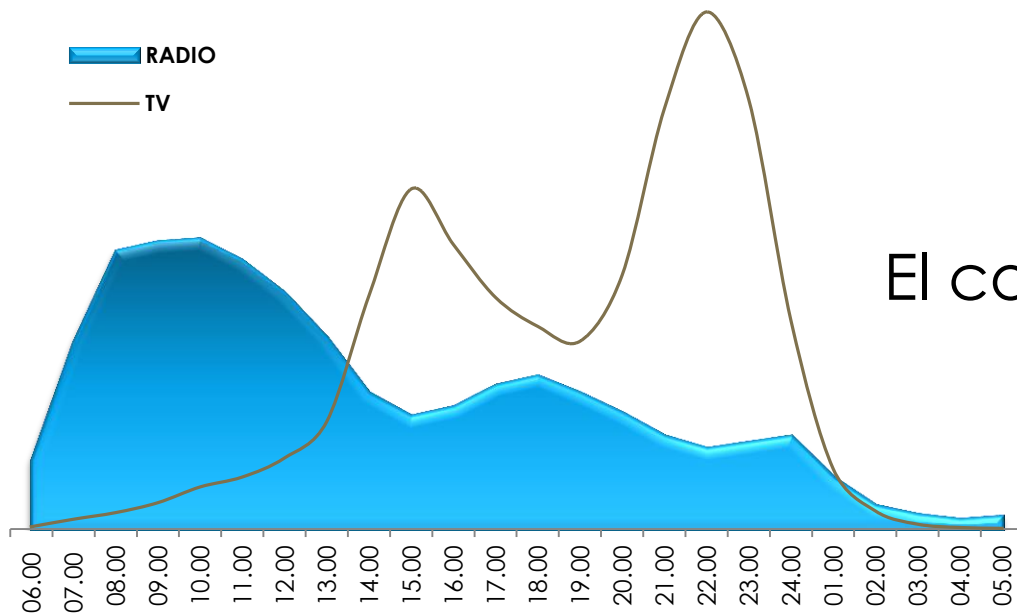
Audiencias

3 de cada 4 personas escucha
la Radio diariamente.

Inversión



Prime Time



El complemento perfecto al consumo de TV.



Segmentación

Posibilidad de seleccionar **cadena y programas**, impactando a diversos públicos objetivos.

Flexibilidad geográfica: permite adaptarse a la distribución del producto: cadena nacional, regional, selección de emisoras, local.

Flexibilidad en tiempos: puesta en marcha de una campaña casi de manera inmediata.

Perfil

60%



Menores 30

68%



30-39

68%



40-49

63%



50-59

Crecemos juntos.

Contenidos



Deportes



Música



Actualidad



Finanzas



Automoción



Entretenimiento



Conclusión

La Radio.

**Un compañero más
que un medio.**

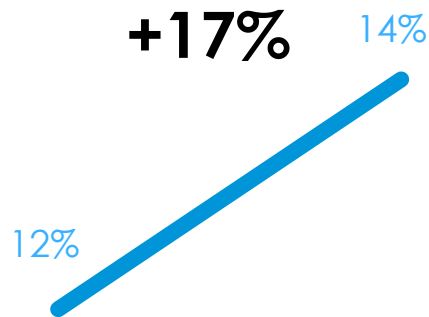


Capacidad de
adaptación

Radio Online

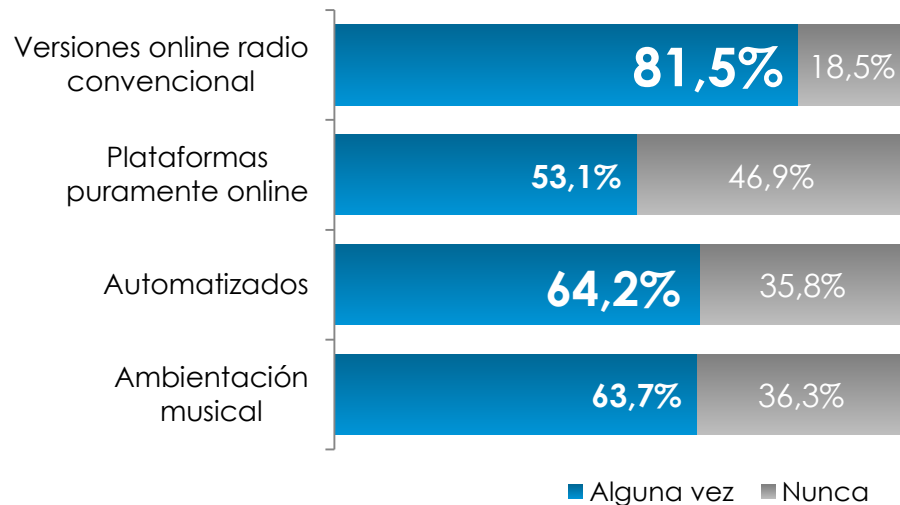
Audiencias

Un 14% de los oyentes mensuales sintoniza la Radio a través de Internet. Lo que supone un incremento del +17% sobre el 2.012.

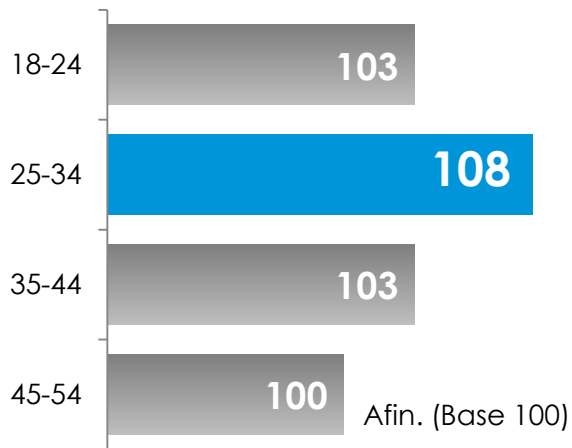


Consumo por medios

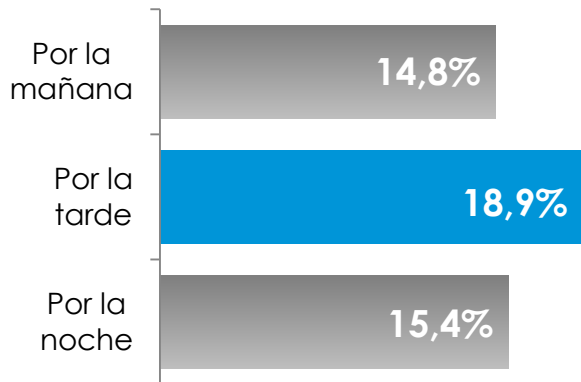
El 81,5% de internautas escucha versiones online de emisoras convencionales, lo que representa al 98,6% de los oyentes de Radio online.



+Afinidad con el
público joven.



Consumo continuado
aunque con más
oyentes en las **tardes.**



Oyente de Radio Online

Un oyente que
consume de otra
manera, que quiere
ser **partícipe de la
experiencia.**



Nuevos Formatos

Programas multiplataforma.

Emisión radiofónica con un espectáculo muy televisivo que puede verse en directo a través de Internet en streaming.



Un **público satisfecho** que percibe esta experiencia como una mejora:

- Programa más personalizado/segmentado.
- Conversar/interactuar.
- Muchas opiniones al cabo del día.



Nuevas posibilidades para los
anunciantes.



El éxito de una colaboración

Integración

Una asociación con la que HUAWEI ha logrado una integración total con el programa.

Contado con las siguientes presencias:

- ▶ Naming.
- ▶ En antena.
- ▶ En el estudio: el programa se emite en streaming a diario.
- ▶ Aparición en las cabeceras y posiciones de la web.
- ▶ Redes Sociales.



HUAWEI



Presencia dentro del programa.

Radio
Antena

124 Integraciones en directo

124 Caretas de entrada y de salida

992 Menciones en los cortes internos del programa

65 Menciones en el concurso de los viernes

Periodo emisión: 24 abril-18 julio



HUAWEI



Campaña de producto.

Radio
Antena

400 cuñas y 348 autopromos
a lo largo de toda la
programación de C40.

Periodo emisión: Cuñas 20 mayo-31 julio; Autopromos 24 abril-18 julio



HUAWEI



Radio
Antena

Resultados de cobertura.

1.650.000

oyentes del target

Fuente: EGM 2ª Ola 2014. Público Objetivo: Jóvenes 14-24. Cuantificación ('000): 4.919



HUAWEI



Radio Antena

Resultados de cobertura.

11 veces el
mayor
estadio del
mundo.

RUNGRADO MAY DAY



Fuente: EGM 2ª Ola 2014. Público Objetivo: Jóvenes 14-24. Cuantificación ('000): 4.919



Radio
Antena

Resultados de cobertura.

Impacto en 1 de
cada 3 oyentes

Fuente: EGM 2ª Ola 2014. Público Objetivo: Jóvenes 14-24. Cuantificación ('000): 4.919



Radio
Antena

Resultados de afinidad.

Altos niveles de
afinidad con un
público joven.

+274%

Fuente: EGM 2ª Ola 2014. Público Objetivo: Jóvenes 14-24. Cuantificación ('000): 4.919



HUAWEI

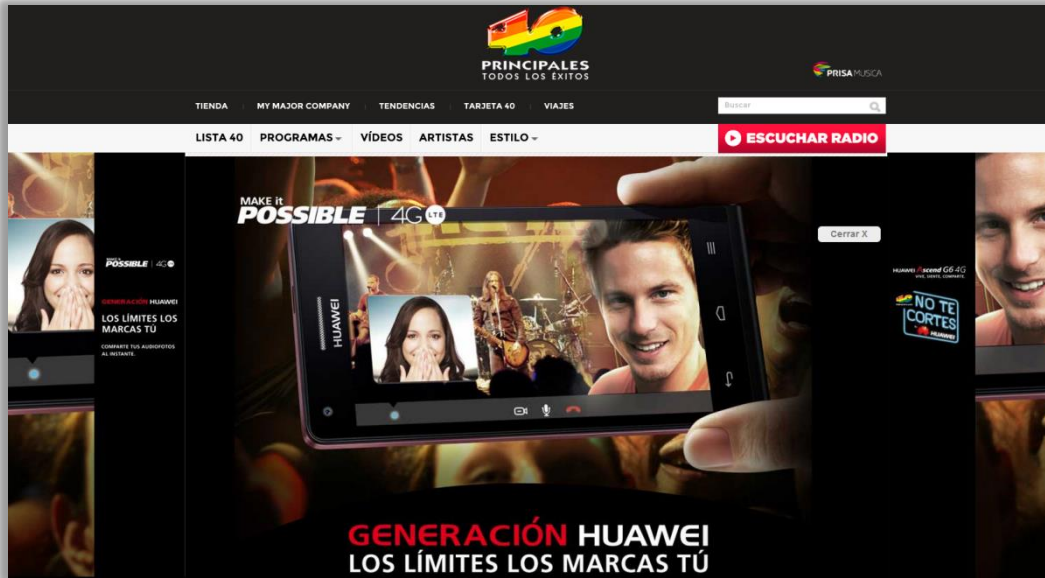


Integración en el estudio



Publicidad convencional.

Radio
Online

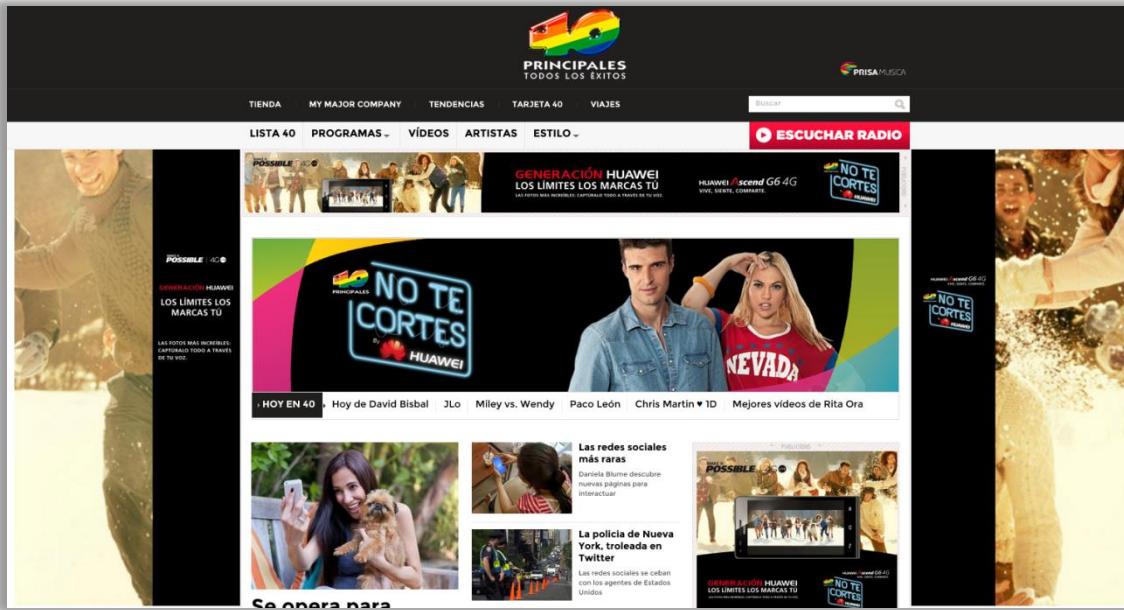


Brand Week en la portada de
Los 40.com: Fondos, careta
robapáginas



Publicidad convencional.

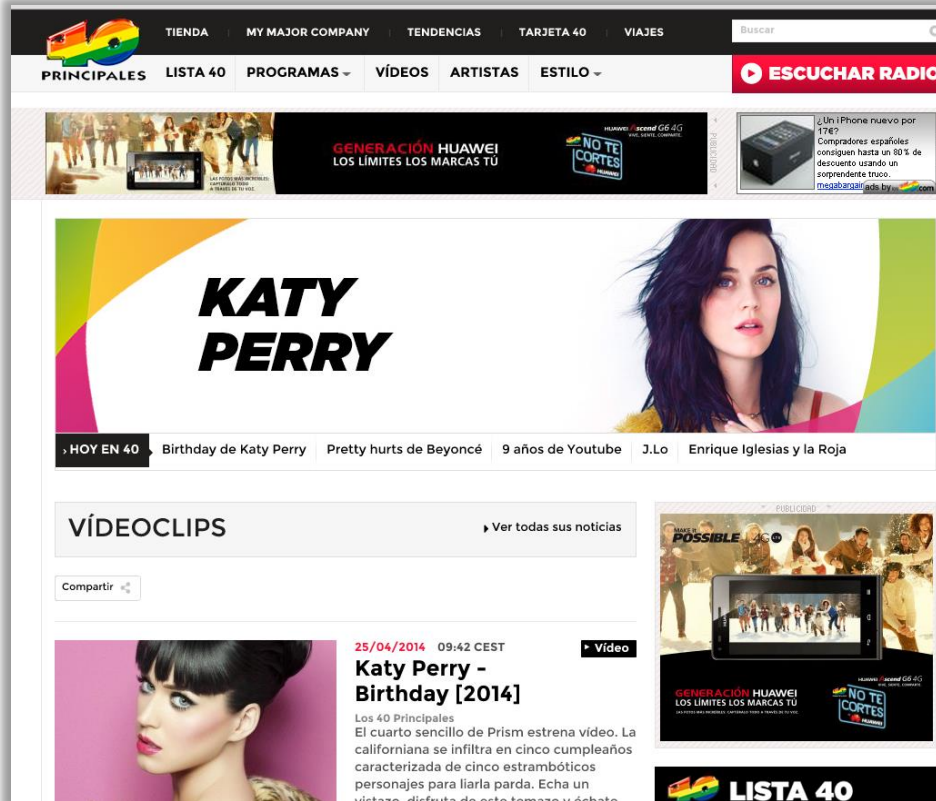
Radio Online



Patrocinio de la sección NO TE CORTES: Fondos , robapáginas y gigabaner



Publicidad convencional.



Radio Online

En rotación; Megabaner
Robapáginas



Streaming NTC

Radio Online

Streaming: pre-roll

The screenshot shows the 'NO TE CORTES' radio streaming interface. At the top, the logo 'NO TE CORTES' is displayed next to the text 'Con Uri Sabat y Daniela Blume'. Below this, a video player is shown with a thumbnail of a man and a woman. The video player has a progress bar and a play button. To the right of the video player, there is a 'TWITTER' section with a list of tweets. The tweets are from users like @KikeBelmonte, @UriSabat, @DavidBoix, @NoTeCortes40, @David, and @Nery_StylesBoy. The interface also includes a 'PROGRAMAS ANTERIORES' section at the bottom left, showing a list of previous programs with dates from April 23 to April 28.



Streaming NTC: *product placement*

Radio Online



- Integración del logotipo en la cabecera.
- Integración del logotipo en la mosca.
- Integración del logotipo en las pantallas.
- Integración del logotipo en elementos del programa.



Integraciones los40.com

Radio Online

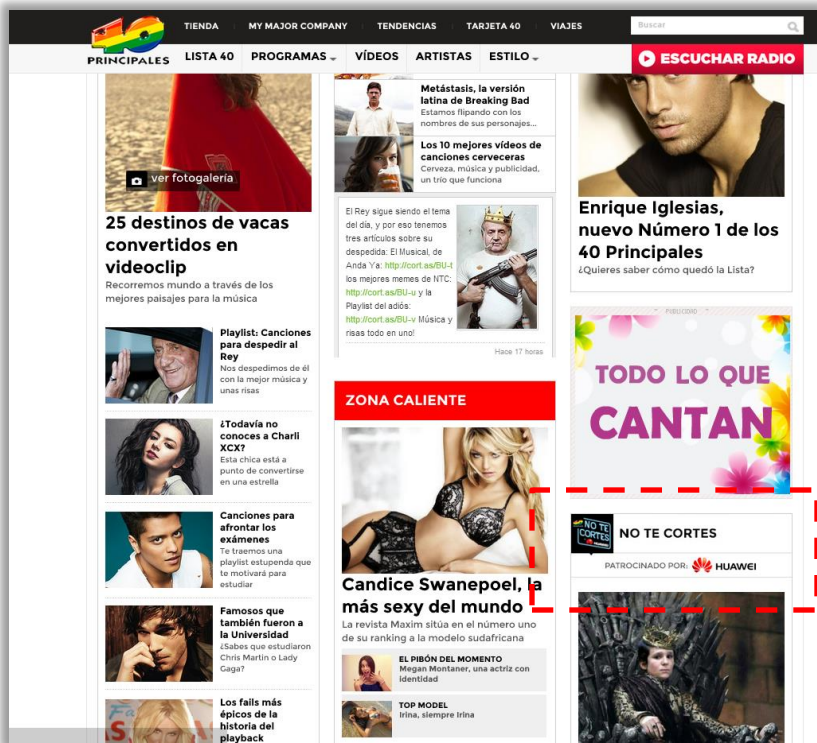


Integración del logotipo del anunciante en el rotatore de portada de programas.



Integraciones los40.com

Radio Online



Integración del logotipo del anunciante en la sección de portada de programas.



HUAWEI



Integraciones los40.com

Radio Online



Integración de la imagen del anunciante en el **FACEBOOK** del programa.





#NTCHuawei: Trending Topic

Radio Online

Tendencias: España · Cambiar

- #AnimoTito
- #SoyDeEsaClaseDeGenteQue
- Tito Vilanova
- #NTCHuawei
- #MadridismoPorBandera
- #10MillonesOyeNiñaXRIZ
- Mónica de Oriol
- Paco Sedano
- Rouco Varela
- Vamos Valencia

24.04.14

Tendencias: España · Cambiar

- #hastasiempretito
- #DEPTitoVilanova
- #DescansaEnPazTito
- #GemellersSalvame
- #NTCONFIRE
- Tercera Guerra Mundial
- Kiko Rivera
- Palacio
- España
- Barça

25.04.14

Tendencias: España · Cambiar

- #WeWereBornForThis
- #NTCNoPara
- #animobelen
- #MareaNeoliberal
- #FelicidadesMariaParrado13
- Zayn Is An Angel
- Carrero Blanco
- Mariló Montero
- España

28.04.14

Tendencias: España · Cambiar

- #MeloMore
- #FrasesDeMadre
- #TwittiemosChistesMalos
- #NTCinteractivo
- #ChampionsTVE
- Allanz Arena
- Adam Silver
- Neuer
- Pepe y Ramos

29.04.14

Tendencias: España · Cambiar

- #CampamentoAbrahamer
- #APorEllosRuth
- Tinistas vs Directioners
- #TonyPuedesConTodo
- #Hogwartssite
- #NTCconHuawei
- Urdiales
- Vallecas
- Ferrera
- Tomás Gómez

02.05.14



HUAWEI



Mobile.



Banner Inferior



Interstitial

Radio Online



HUAWEI



Radio
Online

Casi **un centenar** de
presencia en redes



HUAWEI



Radio
Online

CTR medio del total de la
acción muy por encima del
mercado **0,53.**



Radio
Online

10 % de efectividad por
encima de resto de campañas
de telefonía móvil.



HUAWEI



Radio
Online

50.000 clicks
en tres meses.

