

مقدمه

تبلیغات رادیویی جزو اولین رسانه های تبلیغاتی و از نوع صوتی می باشد. تبلیغات رادیویی، تبلیغاتی فراگیر می باشد. در هر جا می شود به آن با کمترین هزینه دسترسی پیدا کرد. شاید بعضی ها وقتی حرف از رادیو شود فقط یاد اخبار و قصه هایی که از رادیو پخش می شود بیفتند. اما از رادیو خیلی بیشتر از این حرف ها باید توقع داشت.

رادیو، رسانه ای نوستالژیک است و قدمت آن به حدود سال 1900 برمی گردد. این قدمت یکی از دلایل اعتبار رادیو و تبلیغات رادیویی می باشد. زمانی بود که وقتی رسانه های بعد از رادیو، پا به عرصه گذاشتند همه فکر می کردند که فاتحه رادیو خوانده شده است ولی اینطور **نشد** و سهم خود را نسبتا حفظ کرد. برای اینکه بتوانیم نهایت استفاده را از رادیو و امکانات آن ببریم باید آن را بشناسیم. این مقاله تا حد زیادی شمارو کمک می کند تا بتوانید آن را به درستی بشناسید و اجرا کنید.

مزایای تبلیغات رادیویی

1. دسترسی سریع و آسان به افراد

با داشتن یک رادیو یا ضبط در خودرو یا بوسیله گوشی می توان راحتی به آن دسترسی داشت. گوش کردن به رادیو احتیاجی به CD یا فلش ندارد. هر جا باشید می توانید از آن استفاده کنید. تبلیغات رادیویی بصورت محلی و سراسری پخش می شوند.

2. بوجود آوردن حس ترغیب

رادیو رسانه ای صوتی است. اثرگذاری آن نسبت به رسانه های چاپی خیلی بیشتر است. از جمله : تراکت، تبلیغات با روزنامه، فاکس مارکتینگ و...

3. انعطاف پذیری

رادیو رسانه ای است که فقط با کلام و لحن سر و کار دارد. خیلی راحت فقط با تغییر متن آن می توان یک تبلیغ رادیویی را عوض کرد و با توجه به مناسب ها آن را تنظیم کرد.

4 دسترسی به اکثر افراد

امروزه رادیو ها، تخصصی شده اند. ما خیلی راحت می توانیم با توجه به محصول یا خدمات خود، دقیقاً به مشتریان احتمالی دسترسی داشته باشیم. مثلاً: رادیو اقتصاد، رادیو ورزش، رادیو جوان، رادیو فرهنگ و...

5 مشتریان وفادار

کسانی که به رادیو گوش می دهند معمولاً به آن عادت دارند. وقتی در خودرو می نشینند و خودرو را روشن می کنند رادیو روشن می شود نه ضبط خودرو، چون وقتی خودرو را خاموش می کنند روی رادیو خاموش کرده اند. گوش کردن به رادیو برای آن ها خیلی جذاب تر از دیدن تلویزیون و تبلیغات تلویزیونی می باشد. صدا را به تصویر ترجیح می دهند.

6 ترغیب شنوندگان

در رادیو، بخش های زنده بسیاری وجود دارد. این باعث می شود تا ارتباط موثر بیشتری بین رادیو و مخاطبانش برقرار شود. این ارتباط با لحن و کلام برقرار می شود. هر لحنی دارای بار مثبت و منفی می باشد که می تواند روی شنونده تاثیر بگذارد. این لحن می تواند پل ارتباطی شما با مخاطب باشد. لحن جذاب، مخاطب را به سمت خود می کشاند. لحن و کلام، اثرگذارتر از نوشته است.

7 ارزانی

تبلیغات رادیویی، از نظر قیمت، خیلی ارزاتر از تبلیغات تلویزیونی می باشد.

8 فقط یک حواس

برای توجه به رادیو فقط باید از یکی از حواس پنجگانه کمک گرفت و آن شنوایی است.

معایب تبلیغات رادیویی

1 فراموش شدنی

وقتی تبلیغات رادیویی ما، پخش می شود و شنوندگان آن را گوش می دهند ممکن از سریع فراموش شود زیرا فقط یک بار می شنوند. تصویر در خاطر بیشتر می ماند تا صوت در گوش. وقتی پیام رادیویی پخش می شود دیگر نمی توان آن را به عقب برگرداند. وقتی شماره یا نام برند در تبلیغات گفته می شود اگر شنونده **تواند** آن را به یاد آورد باید منتظر پیام بعدی بنشیند ولی آیا آن فرد وقت آن را دارد که همیشه پای رادیو بنشیند؟

2 برای هر کسب و کار مناسب نیست

تبلیغات رادیویی با توجه به امکانات و محدودیت ها، مناسب هر کسب و کاری **نمی باشد**. مثلا برای فروش تراکتور مناسب **نیست**.

3 دسترسی محدود به مشتریان

فقط کسانی که تمام مدت در خانه یا خودرو نشسته اند می توانند از تبلیغات شما بهره مند شوند. اغلب مردم فقط در مسیر رفت و برگشت به محل کار یا جایی خاص، رادیو گوش می کنند.

4 نداشتن تصویر

بعضی از محصولات هستند که فقط از طریق دیداری می توانند مخاطب را تحت تاثیر قرار دهند. اگر خدمات باشد که فقط از طریق تصویر امکان پذیر است. اغلب پیام های تبلیغات رادیویی، فضای ذهنی خوبی برای مخاطب ایجاد **نمی کنند**.

انواع تبلیغات رادیویی

1متنی حاوی جملات کوتاه

2تبلیغات کوتاه یا طولانی همراه با موزیک

3آگهی های اختصاصی فقط برای یک موسسه یا شرکت در یک برنامه رادیویی

برای اینکه تبلیغات رادیویی ما، اثرگذار باشد باید چکار کنیم؟

در تبلیغات رادیویی، ما زمان خیلی زیادی نداریم. همه افراد، پای رادیو نمی نشینند پس باید سریع و تاثیرگذار عمل کنیم. در یک تبلیغ رادیویی، اگر 60 ثانیه زمان داشته باشیم حداکثر تعداد کلماتی که می توانیم در آن بکار ببریم، 180 تا 200 کلمه می باشد.

در این بین رعایت نکاتی، کار ما را بهتر می کند:

1شنوندگان را مشتاق شنیدن آگهی خود کنید.

2به شنوندگان آن چیزی را بگویید که دوست دارند بشنوند.

3کمی بیشتر هزینه کنید و متن خیلی جذابی تهیه کنید.

4متن را همراه با موسیقی مناسب، اثربخش تر کنید.

5با توجه به مخاطب هدف، زمان مناسبی را برای تبلیغات رادیویی خریداری کنید.

6نام محصول مورد نظر را چندین بار در آگهی بکار ببرید.

5 سوال مهم و اساسی که در تبلیغات رادیویی باید به آن پاسخ دهید

1 چه کسی

برای شنوندگان مهم است که شما چه کسی هستید؟ برای همین باید در همان ابتدا نام برند خود را ببرید. شنوندگان به ابتدای آگهی بیشتر توجه می کنند.

2 چه چیزی

چه چیز را برای ارائه دارید؟

چه محصول یا خدماتی را؟

یادتان باشد چون زمان تبلیغ خریده اید **نباید** همه محصول یا خدمات خود را در آن ذکر کنید.

3 چه موقع

قسمتی از برنامه خود را بگویید.

چه روزهایی باز هستید؟

ساعت کاری شما کی می باشد؟

4 چه مکانی

مغازه یا فروشگاه شما کجاست؟

از چه مسیرهایی می توان به آنجا رسید؟

5 چرا

چرا مردم باید از شما خرید کنند؟

مگر شما چه چیز متمایزی دارید؟

نتیجه گیری

1 همه ما می دانیم که شنیدن صدا از خواندن متن راحت تر و قابل فهم تر است. همچنین تصویری که فردی از شنیدن صوتی یک آگهی دریافت می کند خیلی قوی تر از تصویری است که از خواندن یک نوشته دریافت می کند. از این مزیت درست استفاده کنیم.

2 تبلیغات رادیویی را جزئی از کمپین تبلیغات خود بدانید و از رسانه های دیگر استفاده کنید. از جمله: بازاریابی پیامکی، بازاریابی با سایت، بازاریابی با تلگرام، بازاریابی در اینستاگرام، بازاریابی با ایمیل، اسپانسرینگ، تبلیغات بیلبرد و...

موزنشما ماهان تیموری