

# Tijdvakspansoring bij radio, goed idee!

Stel, je hebt bruto € 40.000,- ter beschikking voor een campagne. Met dat budget besluit je voor 2 weken op radio te gaan. Goed idee! Dat worden gemiddeld 7 spots per dag op Sky Radio, Radio Veronica en Classic FM verdeeld over het tijdvak 07.00-24.00 uur. Zo heb je in een korte periode een miljoenenbereik gerealiseerd. Missie volbracht. Toch is het verstandig om verder te kijken dan dit. Radio is namelijk veel meer dan radiocommercials. Ieder product is anders en heeft dan ook een andere strategie nodig om dat te promoten. Met radio is het mogelijk om hierop in te haken. Zo kun je als adverteerder bepaalde programmaonderdelen sponsoren, vanwege een sterke link met jouw product of dienst. In dit artikel kijken we naar de mogelijkheden van radio.

## Radio effectief inzetten

De markteconomie wordt gekenmerkt door een grote diversiteit aan producten en diensten. Ieder merk heeft weer een andere positionering. Deze positionering bepaalt hoe de consument het merk ervaart, oftewel het merkimago. Radiozenders vormen hier geen uitzondering op. Iedere radiozender heeft immers een positionering. Mede door uitvoerige en gerichte communicatie hebben de radiozenders allemaal een ander plekje veroverd in de perceptie van de consument. Niet alleen de communicatie heeft hiervoor gezorgd, ook de content van de zenders is bepalend voor de vorming van het merkimago.

Een groot verschil met radio ten opzichte van veel andere producten of diensten is het feit dat het een medium is. Het is een manier voor adverteerders om hun merkwaarden te communiceren. Dit is zeker interessant als de merkwaarden van zowel het radiostation als de adverteerder sterk overeenkomen. Je hebt namelijk gelijk je doelgroep te pakken en je hebt zo min mogelijk waste. Zo kun je als adverteerder overwegen om content van een radioshow te sponsoren. Daarnaast kun je met je product inhaken op gebruiksmomenten van de consument. Denk aan het claimen van een programma of een bepaald tijdvak.



Sky Radio staat al jaren bekend om de unieke non-stop muziekformule. Ieder uur wordt er minimaal 50 minuten muziek uitgezonden, afgewisseld door actueel nieuws, weer- en verkeersinformatie. Maar zijn er nog genoeg items om de naam van een adverteerder aan te koppelen? Ja, dit is geen probleem bij Sky Radio 101 FM. Het is bijvoorbeeld mogelijk om in te spelen op het uitgebreide weerbericht. Deze wordt wekelijks 30 keer uitgezonden. Na ieder weerbericht kan de adverteerder een exclusieve commercial plaatsen van maximaal 10 seconden. Twee weken het uitgebreide weerbericht sponsoren zorgt al voor een bereik van 2,9 miljoen mensen van 10 jaar en ouder.



Het weerbericht is echt een sponsoritem. Je kunt ook een heel tijdvak claimen. Zo heeft Sky Radio de goedbeluisterde 'Love Songs' in de avond en sinds 5 oktober 2009 kent de bereikzender van Nederland het programma '90's at 9'. Iedere werkdag tussen 09.00 en 10.00 uur worden de hits uit de jaren '90 gedraaid. Een goed tijdvak om een gebruiksmoment te claimen. Denk bijvoorbeeld aan koffie-, thee- of andere producten die inhaken op de start van een werkdag. Vier weken lang de '90's at 9' sponsoren levert al een bereik van ruim 4,5

miljoen luisteraars op. Aanwezig zijn op een voor jouw product relevant moment en in een korte periode een miljoenenbereik genereren, doe je bij de '90's at 9' op Sky Radio.

## RADIO VERONICA

Radio Veronica heeft de programmering vooral gericht op mannen tussen de 20-49 jaar. Naast de beste 80's & 90's hits worden deze programma's gepresenteerd door een dj en vormgegeven door een grote diversiteit aan (te sponsoren) items. De ochtendshow van Radio Veronica staat bijvoorbeeld bol van de sport. Sinds augustus is dé mannenzender van Nederland Official Supplier van de Eredivisie. Dit unieke sport-umfeld is de perfecte gelegenheid voor adverteerders om in te haken met hun sportgerelateerde producten/ diensten.

Een ander goed voorbeeld is de sponsoring van de moppen bij 'Somertijd'. Iedere werkdag om 16.10 uur is het weer tijd voor de leukste moppen. Een adverteerder die hier recent goed op inspeelde is Underwear.eu. Deze adverteerder heeft de moppen gesponsord, omdat ze met een relatief laag budget toch graag een half jaar binnen de programmering van Radio Veronica aanwezig wilden zijn. Bovendien blijkt uit de cijfers dat er een duidelijke piek te zien is rond het tijdvak van de moppen. Underwear.eu heeft een half jaar lang dagelijks 2 promo's ingezet. Uiteraard is de koppeling tussen onderbroekenlol en de moppen snel gemaakt. Met deze radiocampagne hebben zij 2,2 miljoen verschillende Radio Veronica-luisteraars bereikt.



## CLASSIC FM

Classic FM is het bestbeluisterde klassieke muziekstation van Nederland. Het wordt voornamelijk beluisterd door de hogere sociale klasse. Het financiële nieuwsbulletin past perfect in dit plaatje. Iedere werkdag hoor je driemaal het financiële nieuwsbulletin in samenwerking met de Financiële Telegraaf. Ideaal om als financiële adverteerder in te haken op het kwalitatief hoge Umfeld. Adverteerders als Rabobank, Robeco en AEGON zijn je al voorgegaan. Één maand adverteren rondom het financiële nieuwsbulletin levert je al snel een bereik op van 350.000 luisteraars in de doelgroep AB1 50 jaar en ouder. Met een selectiviteit van 376 zit je midden in de doelgroep.

Radiozenders hebben vaak jaarlijks terugkerende evenementen, zo ook Classic FM. Ieder jaar sluit Classic FM de laatste week van het jaar af met de Klassieke Top 1000 Allertijden. Deze toplijst trekt altijd extra aandacht van de luisteraars. Dit zie je ook terug in het websitebezoek van Classic FM. Het aantal pageviews stijgt in deze periode naar recordhoogte. Dit is een belangrijk gegeven voor de adverteerder. Wanneer een adverteerder haar naam koppelt aan de Klassieke Top 1000 Allertijden krijgt zij namelijk ook exposure op de website van Classic FM. Zo bereik je de consument op diverse manieren.

Luister van 26 december t/m 1 januari naar  
**De Klassieke Top 1000  
Allertijden**

De 1000 mooiste klassieke werken,  
gekozen door de Classic FM luisteraars.

**CLASSIC FM**

Licht klassiek voor elk moment

Classic FM is overal te ontvangen via de kabel, Canal Digitaal, Internet, Digifoneer en nu ook via de iPhone! Kabelregio's: Amsterdam 05.1 + Den Haag 05.5 + Rotterdam 07.1 + Utrecht 09.9  
Kijk op: www.classicfm.nl of 247 0909, 06 77 88 11 (06-11) voor andere kabelregio's.



HitRadio is echt een jongerenzender. Een jong luisterpubliek zorgt ook gelijk voor andere gebruiksmomenten. Na schooltijd wordt er huiswerk gemaakt en staat de radio aan. Mede daarom heeft de jongste zender van Nederland de Top 5 @ 5 in het leven geroepen. Zo zijn studenten verzekerd van de beste hits tijdens het maken van huiswerk. Als adverteerder de ideale gelegenheid om jongeren te bereiken.

Naast het maken van huiswerk is er nog een kenmerkend gebruiksmoment voor jongeren en dat is vlak voor het uitgaan. Op HitRadio worden zij klaargestoomd voor het uitgaan met de HitRadio Clubnight. Dit wordt iedere vrijdagavond van 18.00 tot 02.00 uur uitgezonden. Voor een relatief laag budget kun je dit tijdvak 2 maanden sponsoren en bereik je ruim 400.000 luisteraars.

## HitRadio Clubnight



### Met radio haak je in op:

- Gebruiksmoment
- Content met sterke link naar jouw product
- Tijdvakken
- Evenementen (als toplijsten)