

MEDIJSKI OSKARI:

“I nagrada za  
najprijateljskiji,  
najzabavniji, najspontaniji,  
najpouzdaniji medij  
ide ...  
RADIJU!”

**RADIO NA  
CRVENOM  
TEPIHU**



**RABSRBIJA**  
*Svi smo radio!*

# REALNOST RADIJA BOLJA JE OD PERCEPCIJE RADIJA

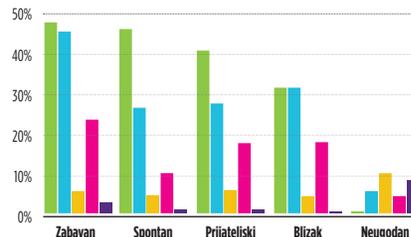
Radio je kao kameleon; uspeva da se prilagodi svakoj eri i ostaje medij koji se voli. Radio je odličan za stvaranje brendova ('lovemarks') i poboljšanje prodaje! Pre svega, radio je sjajan medijski timski igrač, a kada se pravilno koristi odličan je saigrač sa ostalim medijima.

# 1 RADIO JE PRIJATELJ!

Šta je bolje od toga da te neko smatra prijateljem? A slušaoci su za prijatelja izabrali radio! Zašto? Zato što je radio medij koji komunicira “jedan na jedan”, zato što je spontan, zabavan, zato što slušaoci mogu da se identifikuju s voditeljima i zato što najviše veruju radiju.

## PREDNOST ZA OGLAŠIVAČA

*Prijateljsko poverenje prenosi se na radijsku reklamu, sponzorstvo ili promociju i kampanja tako postaje efektivnija. Emitovanjem oglasa na prijateljskoj radio stanici slušaoci imaju osećaj da su oglasi namenjeni upravo njima.*

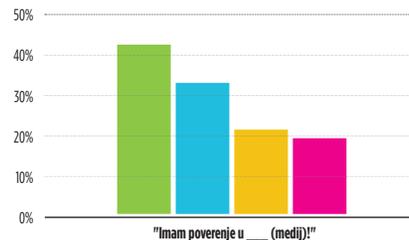


# 2 RADIO ŠALJE NAJBOLJE SLIKE!

Radio je najvizuelniji medij i jedini gde slušaoci saraduju u kreiranju oglasa. Kada u radijskom oglasu čuje: “Devojčica maše mami iz auta”, svaki slušalac vidi drugačiju devojčicu i lik te devojčice poistovećuje sa nekom iz sopstvenog života poput svoje unuke, prijateljičine ćerke i sl.

## PREDNOST ZA OGLAŠIVAČA

*S obzirom da svaki slušalac vidi svoje “slike”, on u oglas stavlja deo svog života, osećanja i iskustva. Tako oglas postaje mnogo ličniji i efektivniji. U TV reklamama nema mesta za našu maštu i osećanja (jer nam maše određena devojčica). EMOCIJE su najjači adut za kupovinu, a radio je pun emocija! Radijske reklame su zapravo priče iz života u kojima slušaoci nalaze sami sebe.*



### 3 RADIO JE UVEK TU ZA TEBE!

Radio je medij koji je najčešće prisutan tokom dana. Radio se stapa s dnevnim poslovima, uvek te čeka!

**PREDNOST  
ZA OGLAŠIVAČA**

*Oglašivači mogu "uhvatiti" ljude u pravom trenutku i na pravom mestu. Najefektniji radijski oglas slušalac čuje malo pre ili tokom obavljanja onih aktivnosti na koje se sam oglas odnosi! Putem radija najbolje ostvarujemo komunikaciju s potencijalnim kupcem – radio stanica mora dobro da poznaje svoje slušaoce i njihove dnevne navike slušanja.*



### 4 RADIO NE SMETA!

Jedna od neistinitih priča je da slušaoci izbegavaju reklame na radiju! Poslednja istraživanja pokazala su da se samo 26% slušalaca s tim slaže! Ogromnom broju slušalaca reklame ne smetaju!

**PREDNOST  
ZA OGLAŠIVAČA**

*velika! - barem 74% ;)*



## 5 RADIO SE ISPLATI!

Troškovi idejnog rešenja scenarija oglasa, produkcije oglasa, kao i zakupa medijskog prostora, znatno su niži u poređenju s ostalim medijima, npr. TV, štampanim oglasima, plakatima i sl.

### PREDNOST ZA OGLAŠIVAČA

*Niski troškovi izrade reklame oglašivačima nude mogućnost stvaranja radijske strategije sastavljene iz više različitih oglasa. Za slušaocce to znači raznolikost, a oglašivač sa svakim novim oglasom može da kreira novu priču i tako reši problem prezasićenosti informacijama u jednom oglasu.*



## 6 RADIO JE MARATONAC

Radio je prisutan ceo dan! Zato slušalac u jednom danu čuje mnogo više oglasa određenog oglašivača nego kod ostalih medija. Radio je idealan za komunikaciju sa slušaocima još pre nego što im zatreba to što oglašivač nudi.

### PREDNOST ZA OGLAŠIVAČA

*Dugoročna radijska kampanja ojačava položaj brenda i on postaje sve "bliži" slušaocima (postaje LOVEMARK). Tako se kupac pri kupovini odmah opredeljuje za određeni brend. Važno je i da je medijski plan pravilno osmišljen i da su oglasi napisani posebno za RADIO (a ne da se samo uzme audio deo TV oglasa ili pročita štampani oglas).*



# RAB SRBIJA

**Radio dobija samo 4% ukupnog budžeta za oglašavanje. Na TV reklame ide 59%. Zato želimo da radio stanice u Srbiji zajedno ostvare veći procenat.**

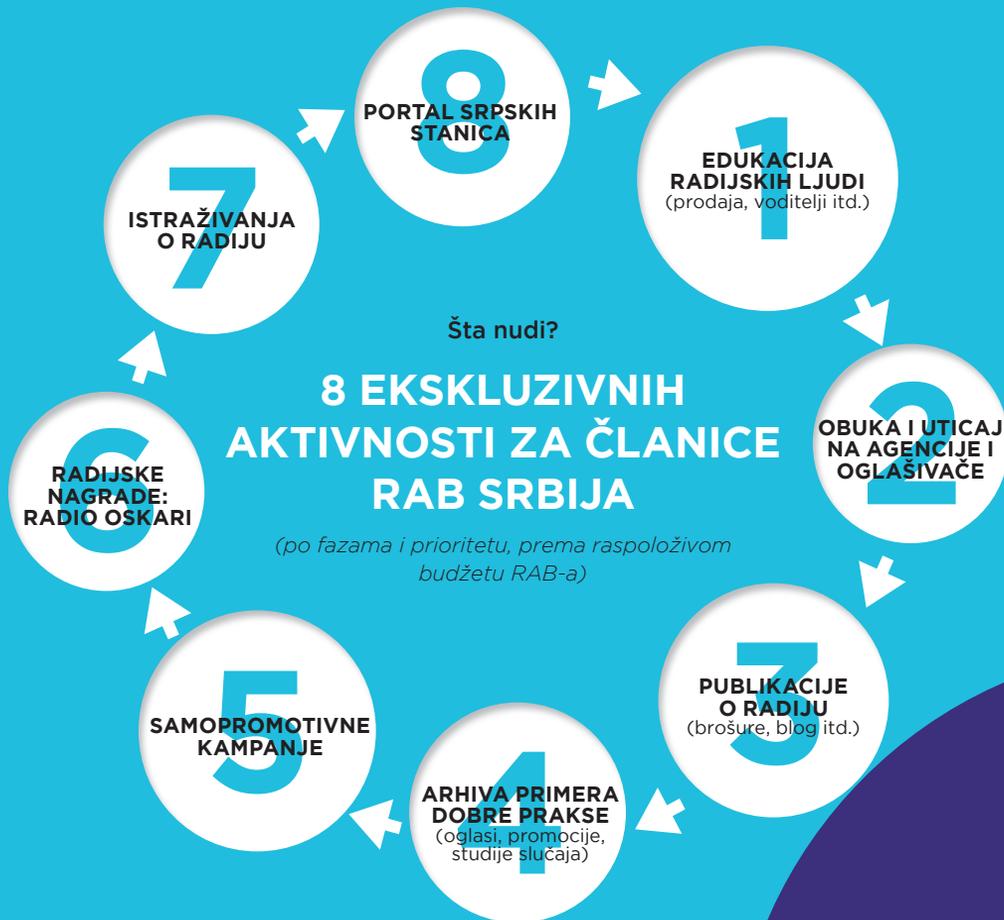
## **Udruženi**

Samo udruženi postići ćemo dobre rezultate i pokazati oglašivačima i agencijama da je radio neverovatno efikasan kao medij. Tako će u medijskom miksu radiju pripasti veći udeo, novac i poštovanje. Najveća konkurencija su drugi mediji, a ne druge radio stanice.

## **Zašto?**

RAB SRBIJA je udruženje svih srpskih radio stanica koje žele bolje da plasiraju i svoju stanicu i radio kao medij. RAB SRBIJA radio stanicama nudi edukaciju, promotivne materijale, oglašivačke samopromotivne akcije, radio nagrade, bezbroj ideja za oglase, promocije itd. RAB SRBIJA takođe nudi agencijama i oglašivačima bezbroj studija slučaja dobre prakse radijskih kampanja i edukaciju o tome kako radio odlično funkcioniše u simbiozi sa ostalim medijima!







**RAB SRBIJA**

*Svi smo radio!*

**Savet RAB Srbija do augusta 2011:**

Maja Rakovic, Naxi Radio (maja@rabsrbija.com)  
Predrag Anđelković, Radio S (predrag@rabsrbija.com)  
Petar Puntchev, RADIO 3 (petar@rabsrbija.com)  
Svetlana Tomov, RADIO 021 (svetlana@rabsrbija.com)  
Marina Paunović, IREX (marina@rabsrbija.com)

**Partner RAB Srbija je RAB SLOVENIJA:**

Lenja F. Papp (lenja@rabsrbija.com)  
Ana Trampuž (ana@rabsrbija.com)

Surfujte na novim radijskim talasima!

[www.rabsrbija.com](http://www.rabsrbija.com)

