

radio

Основные тренды рынка радио в России

Михаил Райбман

Национальный Рекламный Форум: Москва, 26-27 ноября 2019

Mediascope –
индустриальный провайдер данных
медиа-измерений и мониторинга СМИ



Телеизмерения (TV Index, Big TV, etc.)



Измерения аудитории интернета (Web Index)



Измерение аудитории радио (Radio Index)



Мониторинг рекламы и СМИ
(Media Intelligence)



Измерение аудитории прессы
(National Readership Survey)



Индекс потребительских групп
(Marketing Index | Brand Pulse)



Заказные проекты

Объем рекламы на радио в России

млрд. руб.

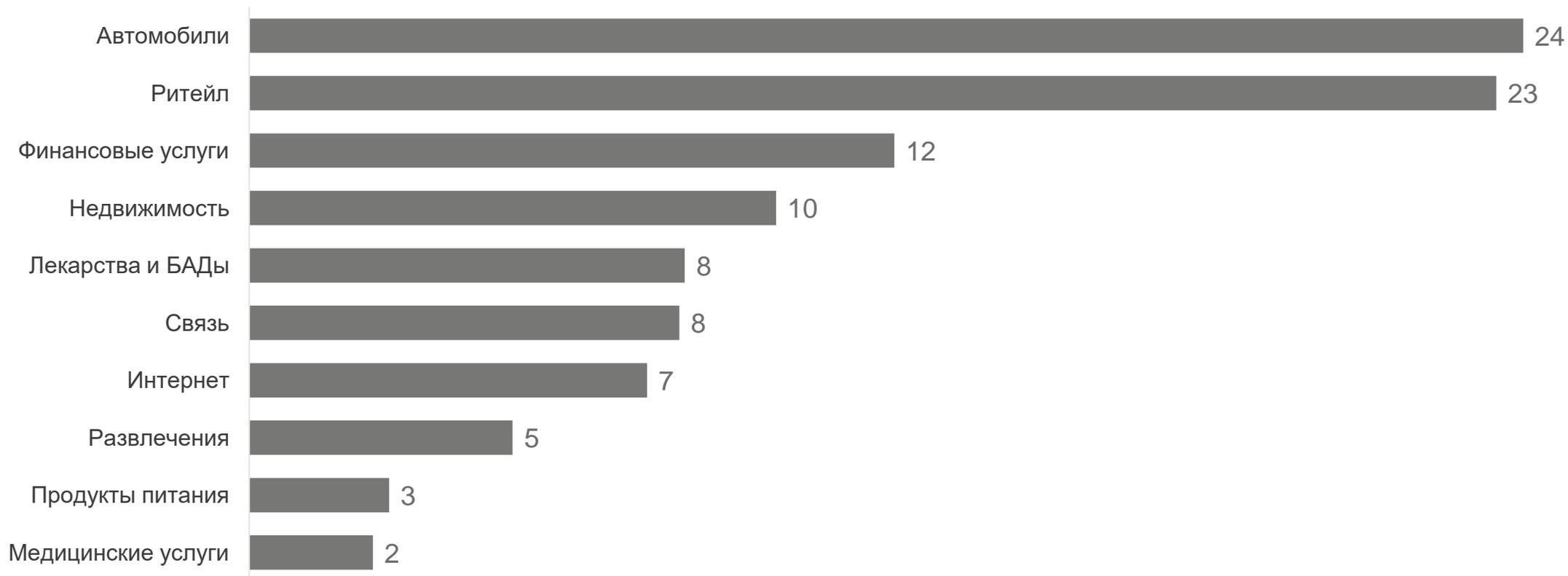


Источник: АКАР

Национальный Рекламный Форум 2019

Ключевые категории рекламы на радио

Доля категории, %



Январь – октябрь 2019. 14 городов мониторинга + сеть. Стоимость в руб. по прайс-листам без учета скидок, налогов и специальных соглашений.
Типы рекламы: спонсорский ролик, ролик. Без учета категорий: косвенная/социальная реклама, средства массовой информации, массовые/специализированные мероприятия.

Национальный Рекламный Форум 2019

Ключевые рекламодатели на радио

Доля, %

Финансы	Локо-банк	2,6
Автомобили	Volkswagen	2,5
Автомобили	Toyota	2,4
Автомобили	Nissan	2,4
Финансы	ВТБ	2,3
Автомобили	Mitsubishi Motors	2,3
Связь	Tele 2	2,1
Связь	Мегафон	1,7
Финансы	Альфа-Банк	1,5
Лекарства	Berlin-Chemie Menarini Group	1,5
Ритейл	М.Видео	1,2
Связь	МТС	1,1
Недвижимость	Группа Лср	1,1
Мед. услуги	Национальный Центр Здоровья	1,1
Автомобили	Ford motor co	1,0



Январь – октябрь 2019. 14 городов мониторинга + сеть. Стоимость в руб. по прайс-листам без учета скидок, налогов и специальных соглашений.
Типы рекламы: спонсорский ролик, ролик. Без учета категорий: косвенная/социальная реклама, средства массовой информации, массовые/специализированные мероприятия.

Национальный Рекламный Форум 2019

Аудитория радио в России



Охваты СМИ в населении



ТВ



РАДИО



ИНТЕРНЕТ

Охват за месяц, %

99%



90%



83%



Охват за неделю, %

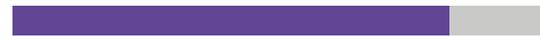
90%



85%



81%



Охват за сутки, %

68%



62%



76%



ТВ: TV Index, Россия 100+, население 12+, январь – июнь 2019; Радио: Radio Index, Россия 100+, население 12+, январь – июнь 2019; Интернет: Установочное исследование WEB-Index, Россия 100+, население 12+, январь – июнь 2019

Национальный Рекламный Форум 2019

Охваты СМИ в возрастных группах



ТВ

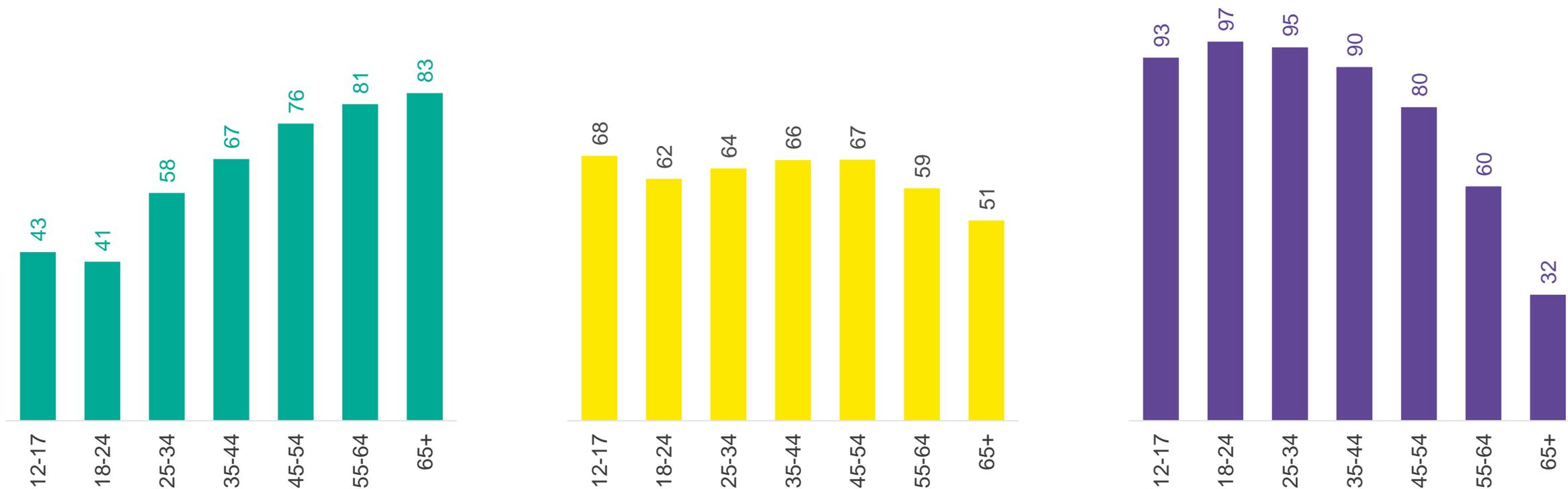


РАДИО



ИНТЕРНЕТ

Охват за сутки, % внутри возрастной группы



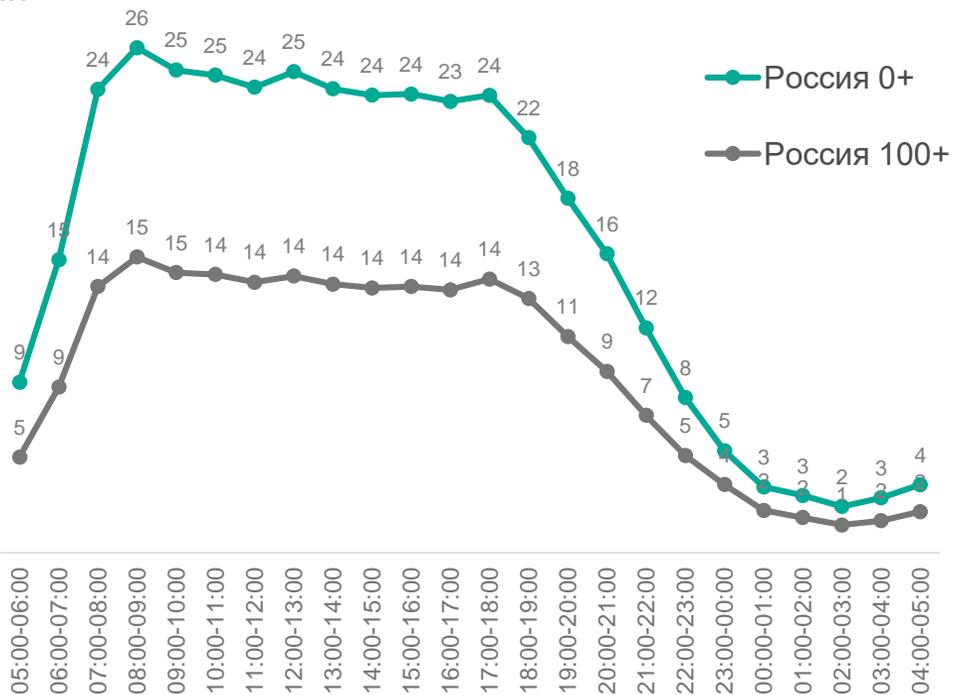
ТВ: TV Index, Россия 100+, население 12+, январь – июнь 2019; Радио: Radio Index, Россия 100+, население 12+, январь – июнь 2019; Интернет: Установочное исследование WEB-Index, Россия 100+, население 12+, январь – июнь 2019

Национальный Рекламный Форум 2019

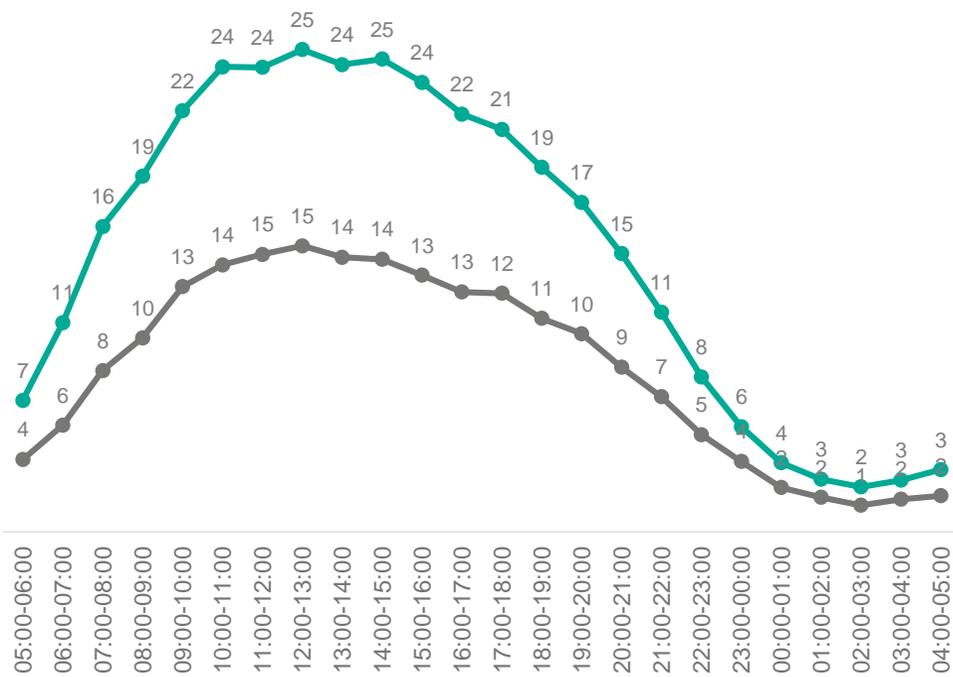
Аудитория радио в течение дня

Аудитория за сутки, млн. чел.

Будни



Выходные

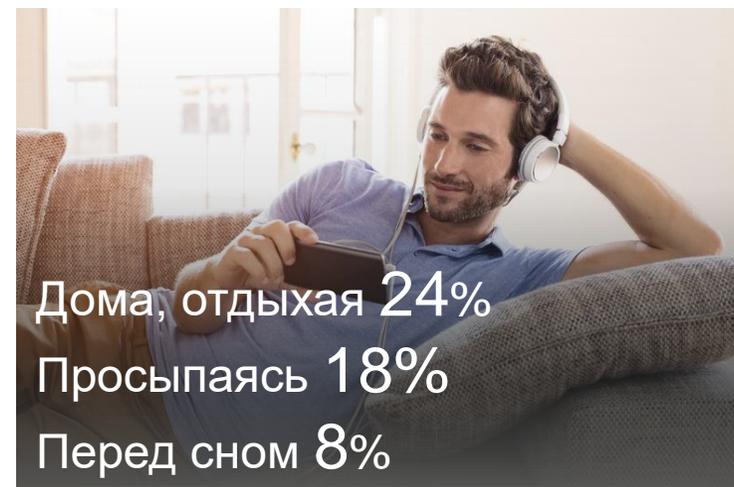
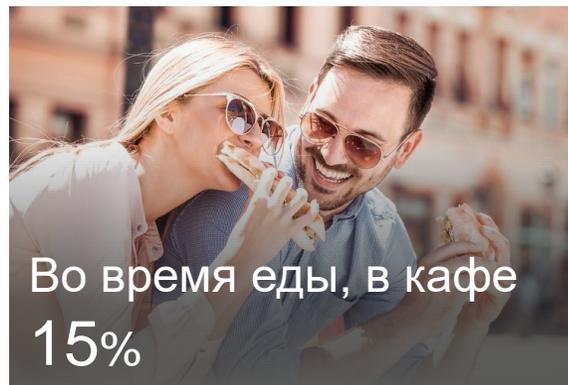
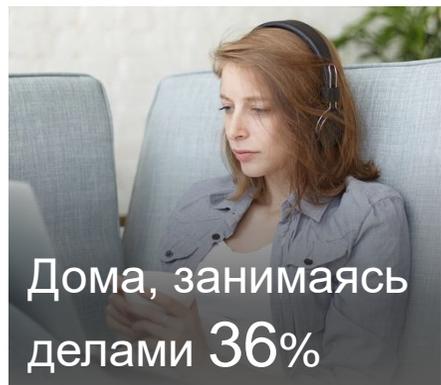
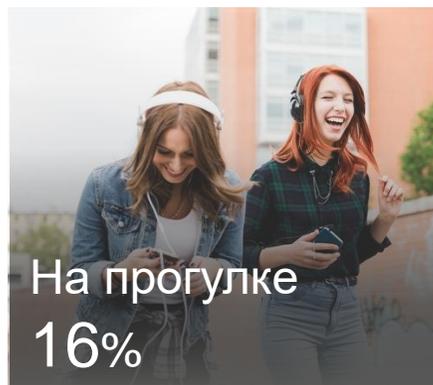
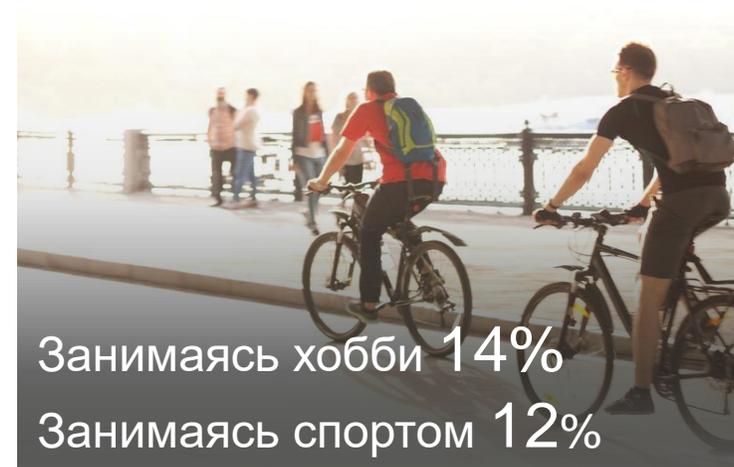
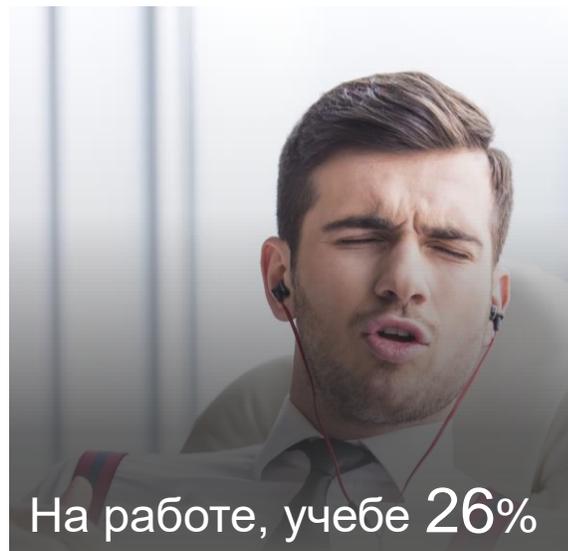
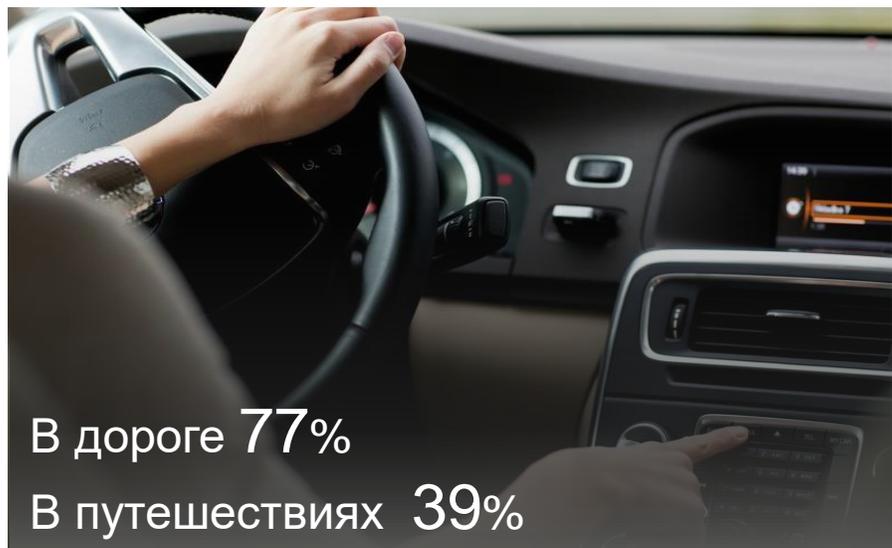


Radio Index, Россия 0+, 100+, январь – июнь 2019, 12+ лет, Daily Reach, млн. чел.

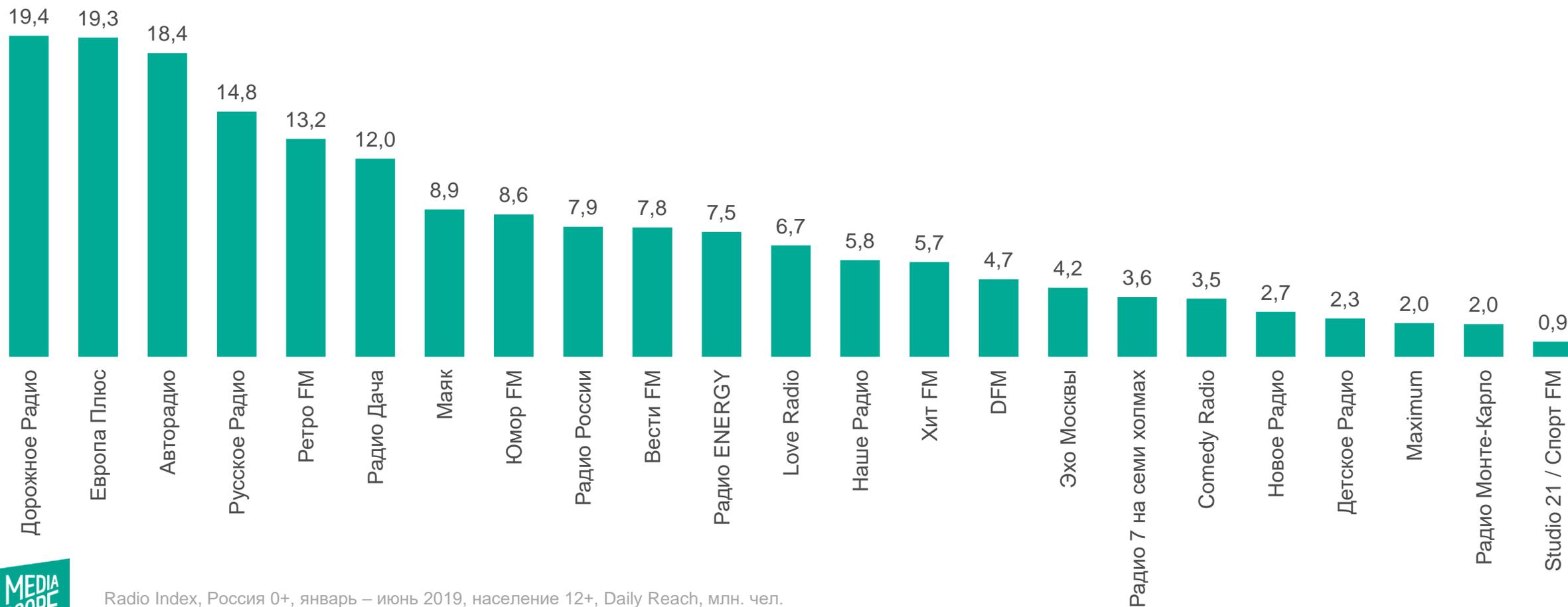
Распределение аудитории по России рассчитано в соответствии со схемой вещания национальных рекламных блоков радиостанций и приведено к московскому времени.

Национальный Рекламный Форум 2019

Люди слушают радио на протяжении всего дня во всех активностях



Среднесуточный охват радиостанций, млн. чел.



Radio Index, Россия 0+, январь – июнь 2019, население 12+, Daily Reach, млн. чел.

Национальный Рекламный Форум 2019

Развитие системы измерений аудитории радио

■ Расширение генеральной совокупности

До 2019 - Россия 100 тыс. +
С 2019 - вся Россия

■ Более частое обновление данных о локальных рынках

До 2019 – поставки 2 раза в год
С 2019 – поставки 4 раза в год

■ Изменение способов контакта с респондентом

Основа исследования – интервью по мобильным телефонам и онлайн анкеты

География

- Россия 0+ и 100+
- 25 крупнейших городов, малые города

Метод

- Day-After-Recall
- телефонные интервью + online анкета

Выборка

- 190 000 респондентов в год



спасибо!