

# UN MEZZO DI MASSA PER AUDIENCE DI MASSA



**33,7 MIO**  
ASCOLTATORI  
GG MEDIO

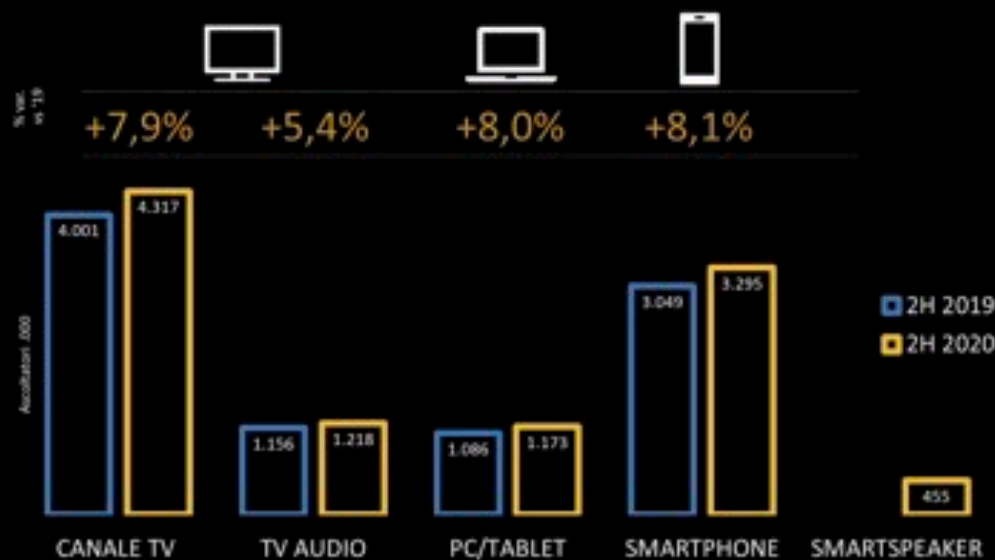


**3h 27min**  
MEDIA DURATA  
ASCOLTO GIORNALIERO



# IL POTENZIALE DELLA RADIO: DA DEVICE A PIATTAFORMA

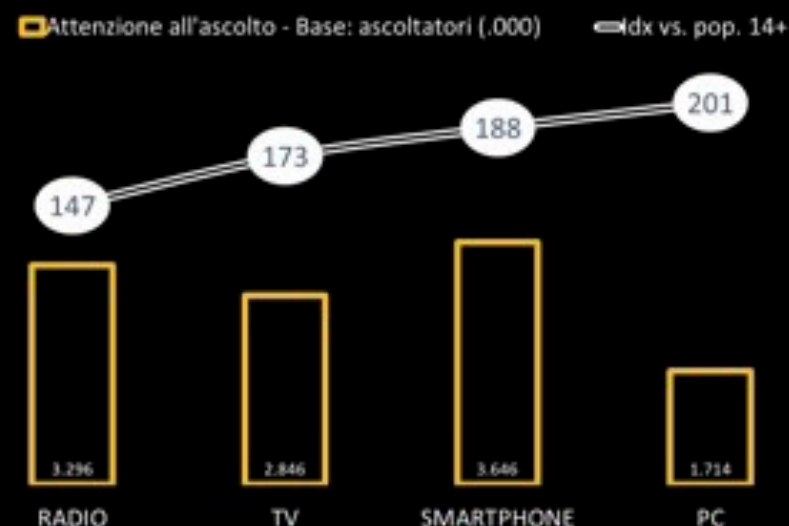
## LA RADIO SI MOLTIPLICA



FONTE: elaborazioni GroupM su dati TER

## E ACCRESCE L'ATTRATTIVITA' EDITORIALE

(Dedica una Piena Attenzione +++/++)



FONTE: elaborazioni GroupM - GFX TSSP ed. 2020 D  
Base: ascoltatori abituali radio commerciali e nazionali

# GLI EFFETTI SUGLI ASCOLTATORI: LA RADIO RAFFORZA LA RELAZIONE CON IL SUO PUBBLICO ELETTIVO

% copertura giorno  
(base: ascoltatori nel gg medio)

**BASSO ASCOLTATORI**

11.229 – 33%

**MEDIO ASCOLTATORI**

11.229 – 33%

**ALTO ASCOLTATORI**

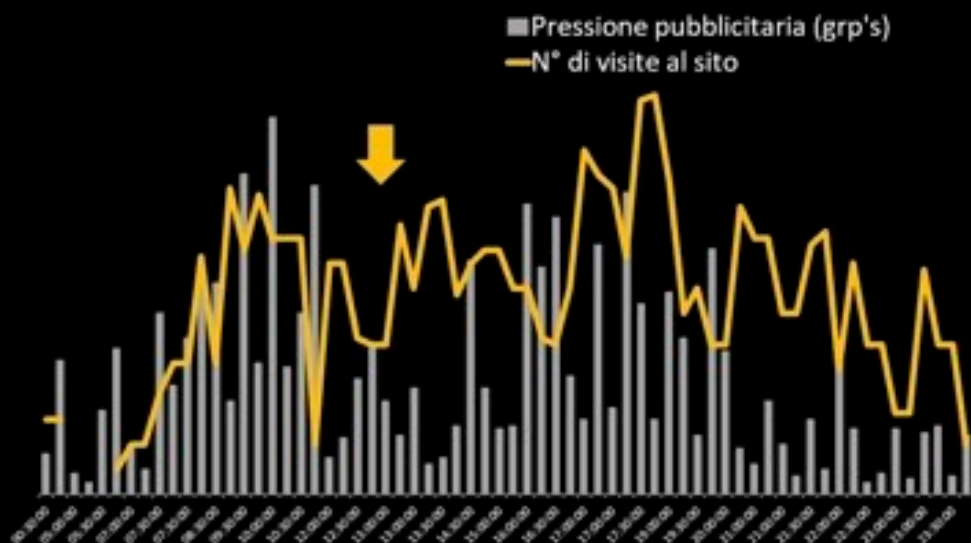
11.229 – 33%



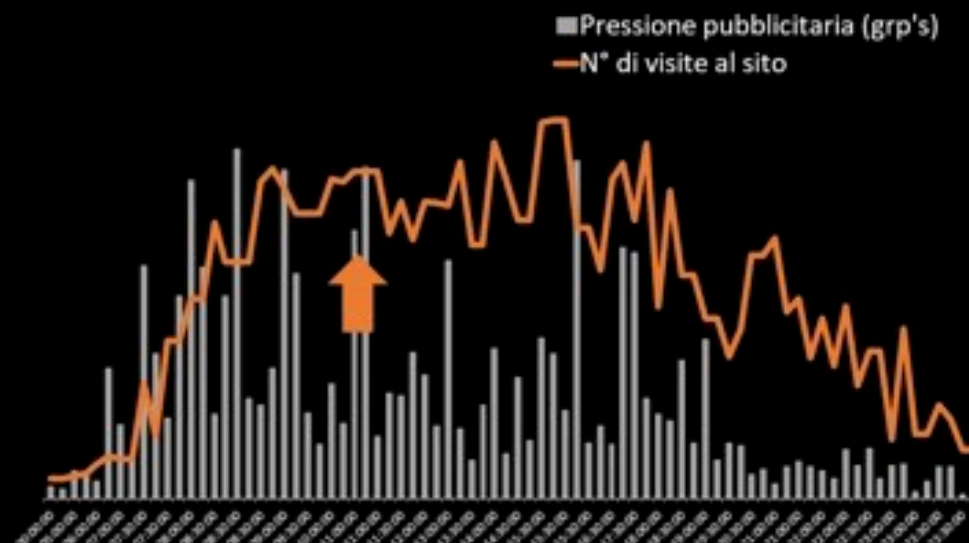
Index vs. ascoltatori

# GLI EFFETTI SULLA COMUNICAZIONE: LA SCELTA DI UTILIZZARE LA RADIO NEL DAY TIME IN LOCKDOWN PREMIA

**PRIMA:** scenario con forti oscillazioni



**DOPO:** maggiore pressione in DT spinge le visite al sito



CLIENTE TELCO | PERIODO 2019 vs 2020

# LA RADIO ATTRAIE UN PUBBLICO SMART

Dichiarazioni attitudinali su scala d'accordo 5 passi (Top 2 box)  
Base: ascoltatori radio nel giorno (% pers.)

## CONNESSO



**76,5%**

(102 index pop. 18+)

## CURIOSO



**62,0%**

(105 index pop. 18+)

## ATTENTO




**71,2%**

(103 index pop. 18+)

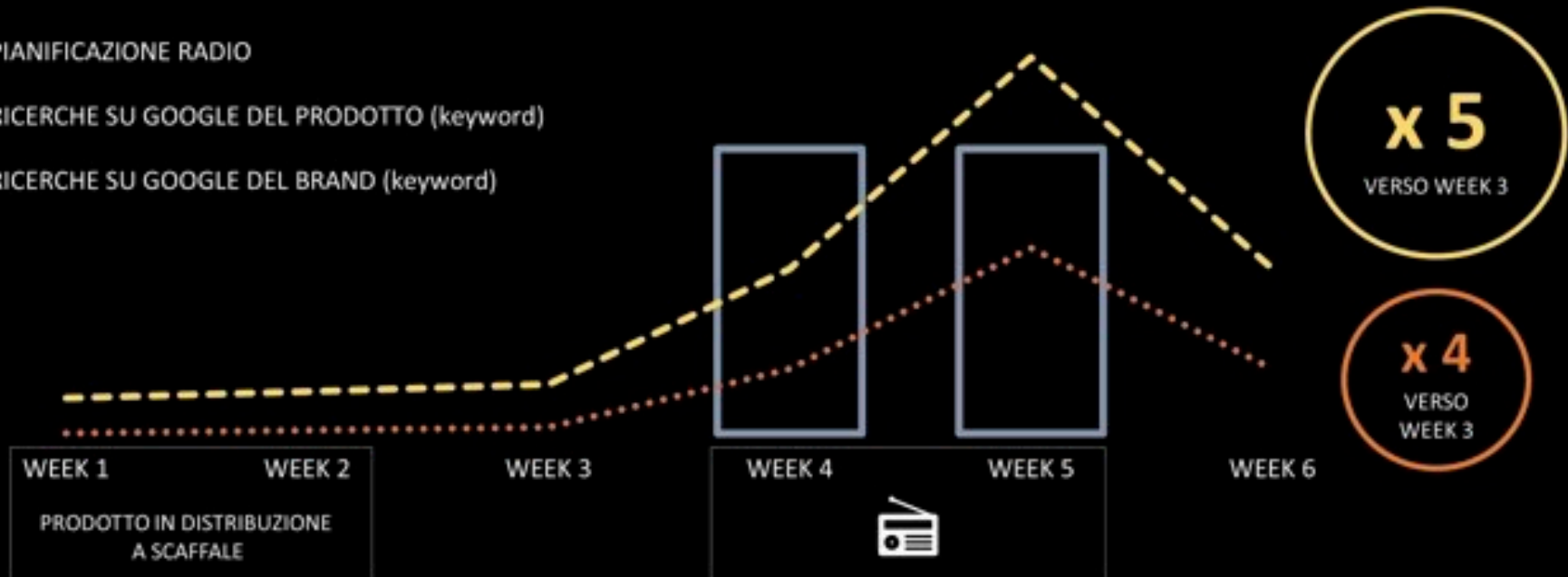


# LA RADIO MUOVE INTERESSE NEL CONSUMATORE: PER IL LANCIO DI UN NUOVO PRODOTTO LA RADIO FA ESPLODERE LE RICERCHE

 PIANIFICAZIONE RADIO

 RICERCHE SU GOOGLE DEL PRODOTTO (keyword)

 RICERCHE SU GOOGLE DEL BRAND (keyword)



CLIENTE BENI DUREVOLI | PERIODO: Q1 2020

# LA RADIO STIMOLA GLI ACQUISTI SIA SUI CANALI TRADIZIONALI, CHE SULL'ONLINE

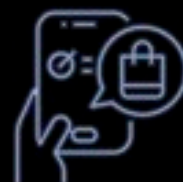
DOPO AVER ASCOLTATO LA PUBBLICITÀ IN RADIO

ACQUISTO NEI  
CANALI TRADIZIONALI



67%

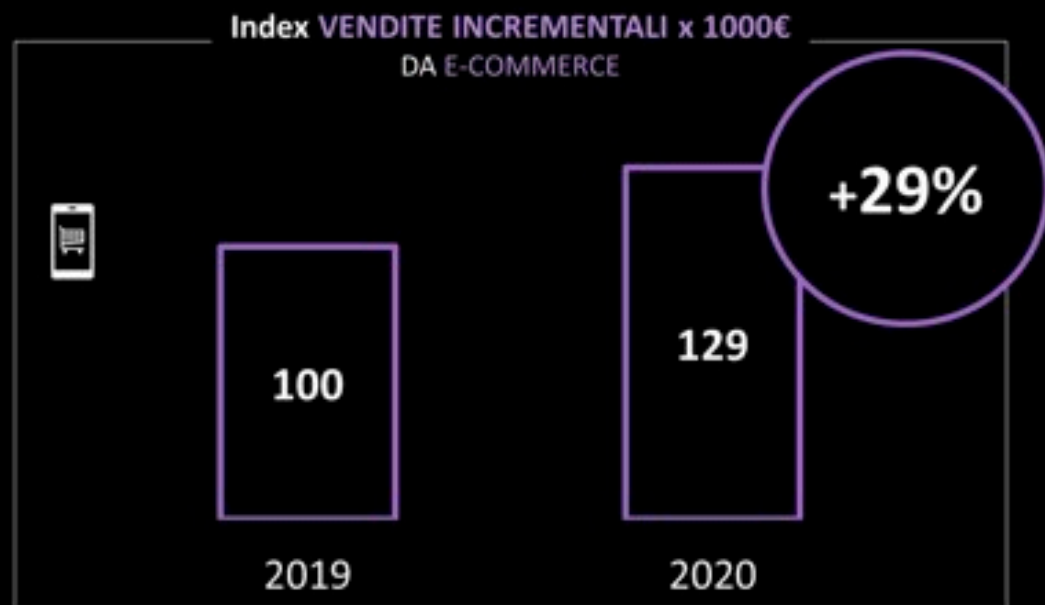
ACQUISTO  
ONLINE



60%



# GLI EFFETTI SUI RISULTATI DI BUSINESS: OLTRE IL DRIVE TO STORE, LA RADIO SPINGE LE VENDITE SULL'E-COMMERCE



a parità di budget pianificato

La Radio agisce sulla parte **Finale** del Funnel di Conversione (Sale)



CLIENTE SERVIZI | PERIODO: 2019-2020



# LA MULTI-PIATTAFORMA VALORIZZA LA PUBBLICITÀ IN RADIO

ADV AIUTA AD ORIENTARE  
MEGLIO NEGLI ACQUISTI



**48%**

  Orientamento all'acquisto - Base: ascoltatori (.000)
 ■ Index vs. pop 14+

