

Spot radiowy



spot radiowy



Radia można słuchać niemal wszędzie, audycje są zazwyczaj adresowane do wybranej grupy słuchaczy, co ułatwia kierowanie reklamy do odpowiedniej grupy docelowej.

Spot radiowy to także **tekst marketingowy**, który ma przede wszystkim przedstawić produkt lub usługę.

spot radiowy

Ile zazwyczaj trwa spot radiowy?

Długość spotów radiowych jest podobna do telewizyjnych.

Najczęściej występują spoty **30-sekundowe**. Minimalna kampania radiowa powinna zakładać ok. 4-6 emisji spotu reklamowego dziennie, a okres jej trwania nie powinien być krótszy niż 1-2 tygodnie.



Co składa się na reklamowy spot radiowy?

Reklamowy scenariusz radiowy
zbudowany jest z:

TEKSTU

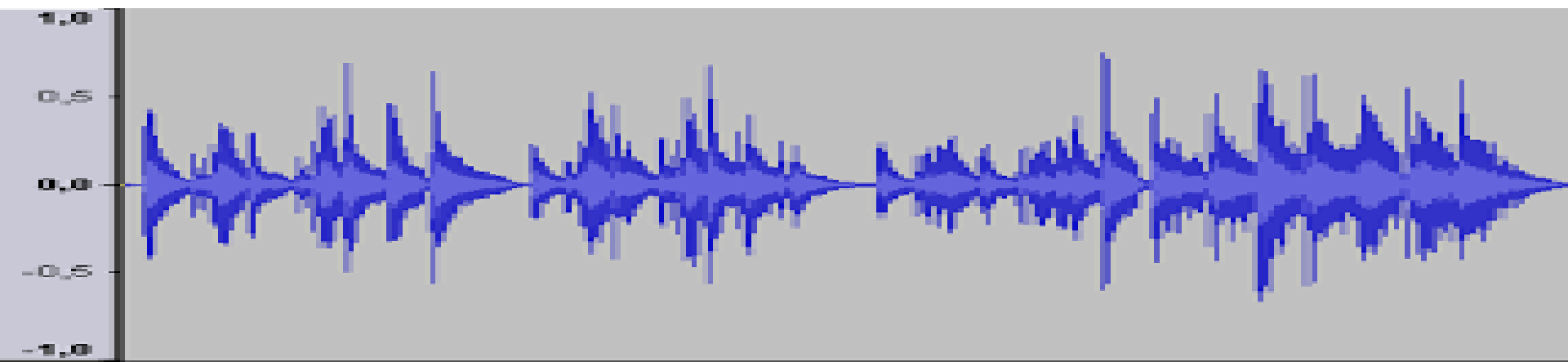
EFEKTÓW DŹWIĘKOWYCH

MUZYKI



Ile użyć słów, by nie zmęczyć odbiorcy?

Tekst może zawierać dowolną liczbę słów w obrębie limitu czasowego.



Ile użyć słów, by nie zmęczyć odbiorcy?

Poniżej tabelka z przyjętymi ramami czasowymi i odpowiadającymi jej liczbami słów.

Czas trwania spotu (w sekundach)	Maksymalna liczba słów
10 sek.	25
20 sek.	45
30 sek.	65
60 sek.	120

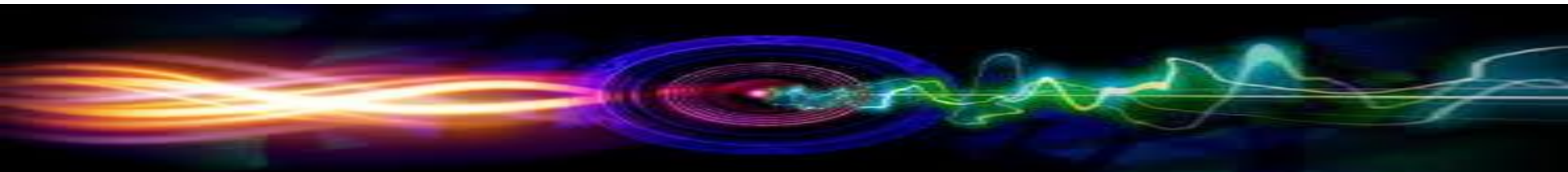
Pamiętaj!

Należy zarezerwować czas dla muzyki oraz efektów dźwiękowych na początku i na końcu przekazu reklamowego.

Są one uzupełnieniem tekstu i służą przyciąganiu uwagi odbiorcy.

Poprzez odpowiednie skojarzenia podkreślają walory produktu.

Jeśli do reklamy dołączysz efekty dźwiękowe musisz pamiętać o zmniejszeniu liczby słów.

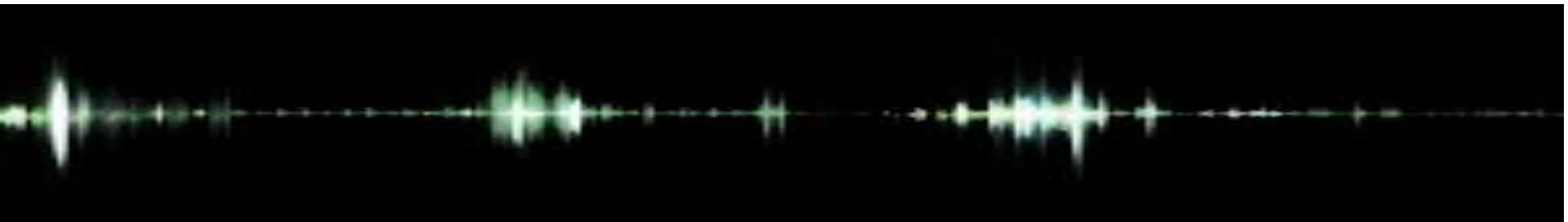


Reklamowy spot radiowy składa się z 3 części

WPROWADZENIA - ma przyciągnąć uwagę odbiorcy. Efekty dźwiękowe, intrygujące pytanie. Zasada percepcji: analiza jakichkolwiek treści może nastąpić dopiero po 2-3 sekundach od początku przekazu.

ROZWINIĘCIA – opis korzyści, pogłębiaj ciekawość.

ZAKOŃCZENIA – odśłoń swoje karty, zachęć, stwórz oryginalny tekst, nie zapomnij o najważniejszych informacjach.



Forma spotu radiowego

dialog dwóch lektorów

monolog

seria wypowiedzi



Spot radiowy powinien być:



PROSTY I ZROZUMIAŁY – bez zbędnych szczegółów.

ODPOWIEDNIO SKOMPONOWANY – pierwsze sekundy mają tylko zainteresować, następne zawierać istotne informacje

ORYGINALNY / SUGESTYWNY – zawiera informacje nakłaniające do szybkiego działania

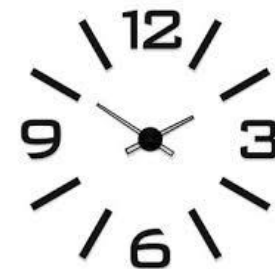
OBRAZOWY / CZYTELNY – usuwaj zbędne słowa, które nic nie wnoszą

WIARYGODNY – mówimy ciepło jak do przyjaciela.

ŁATWY DO ZAPAMIĘTANIA

PRZYJEMNY W SŁUCHANIU – dźwięki powinny być miłe, ciepłe, przyjazne, zabawne

W jakich godzinach spot radiowy



Godziny największej słuchalności przypadają na tzw. poranny szczyt (7.00 - 10.00).

Jest to czas, kiedy ludzie chętnie włączają radio, poszukując najświeższych wiadomości. Przed wyjściem do pracy lub w drodze do niej.

Wielu osobom radio towarzyszy także w czasie pracy.

Przykłady spotów radiowych i TV

<https://www.youtube.com/watch?v=HPQjA2IYIBk>

<https://www.youtube.com/watch?v=eqzi-YZEaCl>

<https://www.youtube.com/watch?v=OCNu7vZZvj8>

<http://www.press.pl/tresc/44109,najlepsze-kampanie-spoeczne-roku>

slaby

<https://www.youtube.com/watch?v=zzfnzgyXKG8>

Magnat

<https://www.youtube.com/watch?v=t1dSO5hp5dA>

Vectra ukarana za 10 zł

<http://www.telepolis.pl/wiadomosci/uokik-vectra-ukarana-za-wszystko-za-10-zl,2,3,38134.html>