

CONSULTOR MÁRCIO VILLELA



**RÁDIO
MULTIPLATAFORMA**



Inicia um despertar quanto às novas demandas de mercado para manter-se competitivo;



Uma boa programação não é garantia de sucesso ou de faturamento;



É necessário se fazer presente em outros canais de relacionamento.



AÇÕES PROMOCIONAIS



Oportunidade de geração de faturamento;

Promoções que criem diferenciais;

Envolvimento entre ouvintes, anunciantes e emissora.

EVENTOS INSTITUCIONAIS

Valorização da marca e Imagem
da rádio;

Ações com o cliente: eventos
culturais e artísticos.



SHOWS

Sorteio de ingressos;

Acesso aos camarins;

Visitas aos estúdios;

Entrevistas com os artistas.





PROJETOS ESPECIAIS

Importância: o mercado está saturado,
e isso só se supera com criatividade;

Considerar: calendário, segmento de mercado, pleitos da
comunidade, demandas de qualificação;

Trabalhar projetos conforme a capacidade de investimento
dos anunciantes.



EXEMPLOS

Caminhada do Coração;
Cãominhada;
Passeio Ciclístico;
Palestras;
Datas especiais
(páscoa, dia dos
namorados, férias
escolares, dia dos pais,
dia das crianças...)

RESPONSABILIDADE SOCIAL

O Rádio aparece em primeiro lugar como veículo de comunicação com maior reconhecimento no tópico Responsabilidade Social (pesquisa da Social Mídia);

Num momento de crise econômica e política, a população precisa de um porta-voz para expor e discutir suas necessidades;

O Rádio é o veículo com maior credibilidade e mais democrático para tais práticas.

PROJETOS GRÁFICOS

Emissoras podem aproveitar o aniversário da cidade ou da associação comercial para apresentar um Anuário Econômico do Município;

Destaque para as principais atividades e empresas de cada setor, contando com o patrocínio de grande parte delas.



PROPOSTAS COMERCIAIS COM ATIVACÃO DIGITAL

Utilizar redes sociais para a valorização da marca;

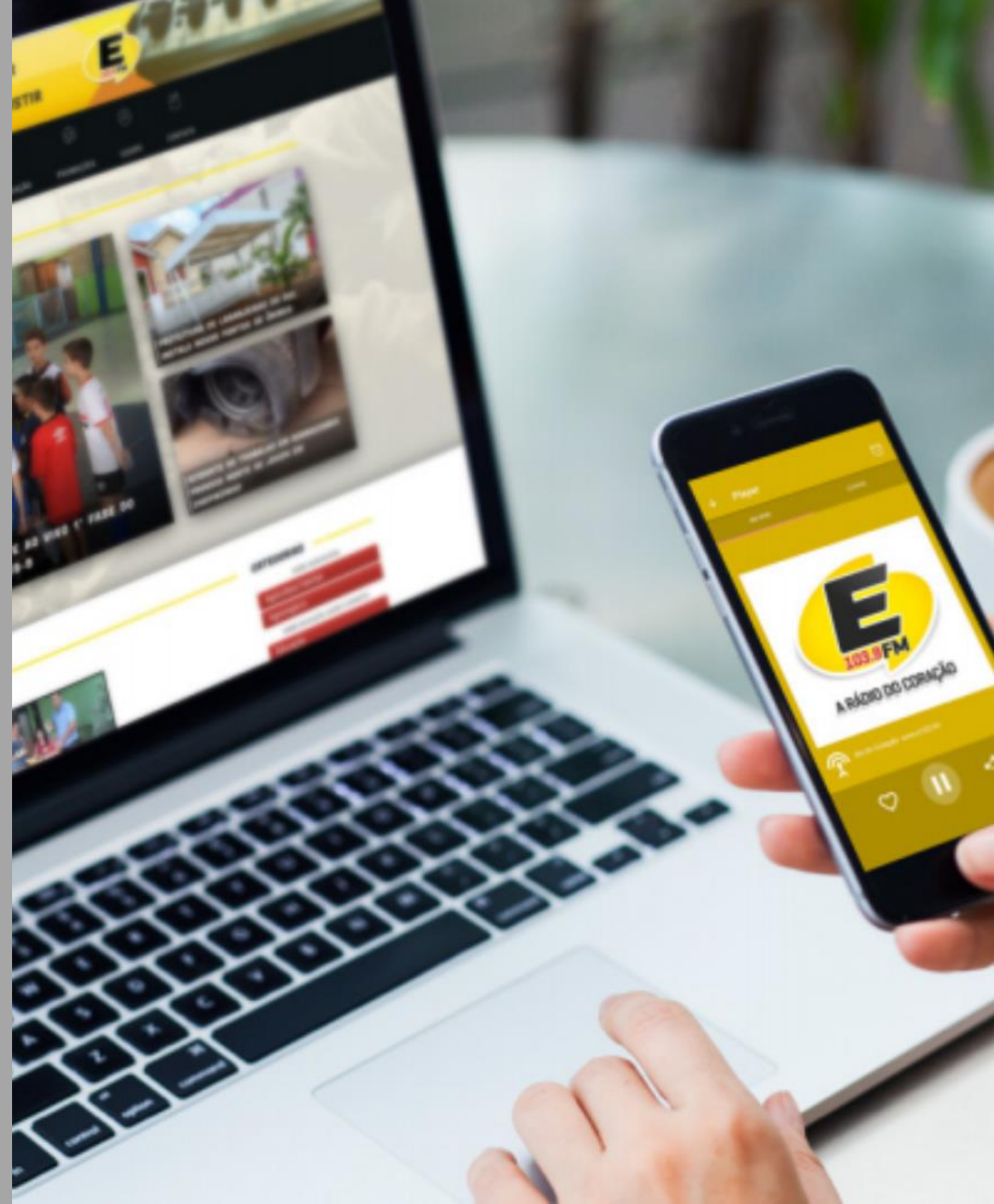
Incrementar a proposta comercial com a opção de ativação digital para os anunciantes;

Internet como potencializador das ações da emissora;

PERFIL DA EMISSORA

Site e aplicativo de streaming devem respeitar o perfil de programação da emissora;

Dar ênfase ao entretenimento, conteúdo jornalístico e informações diversas.

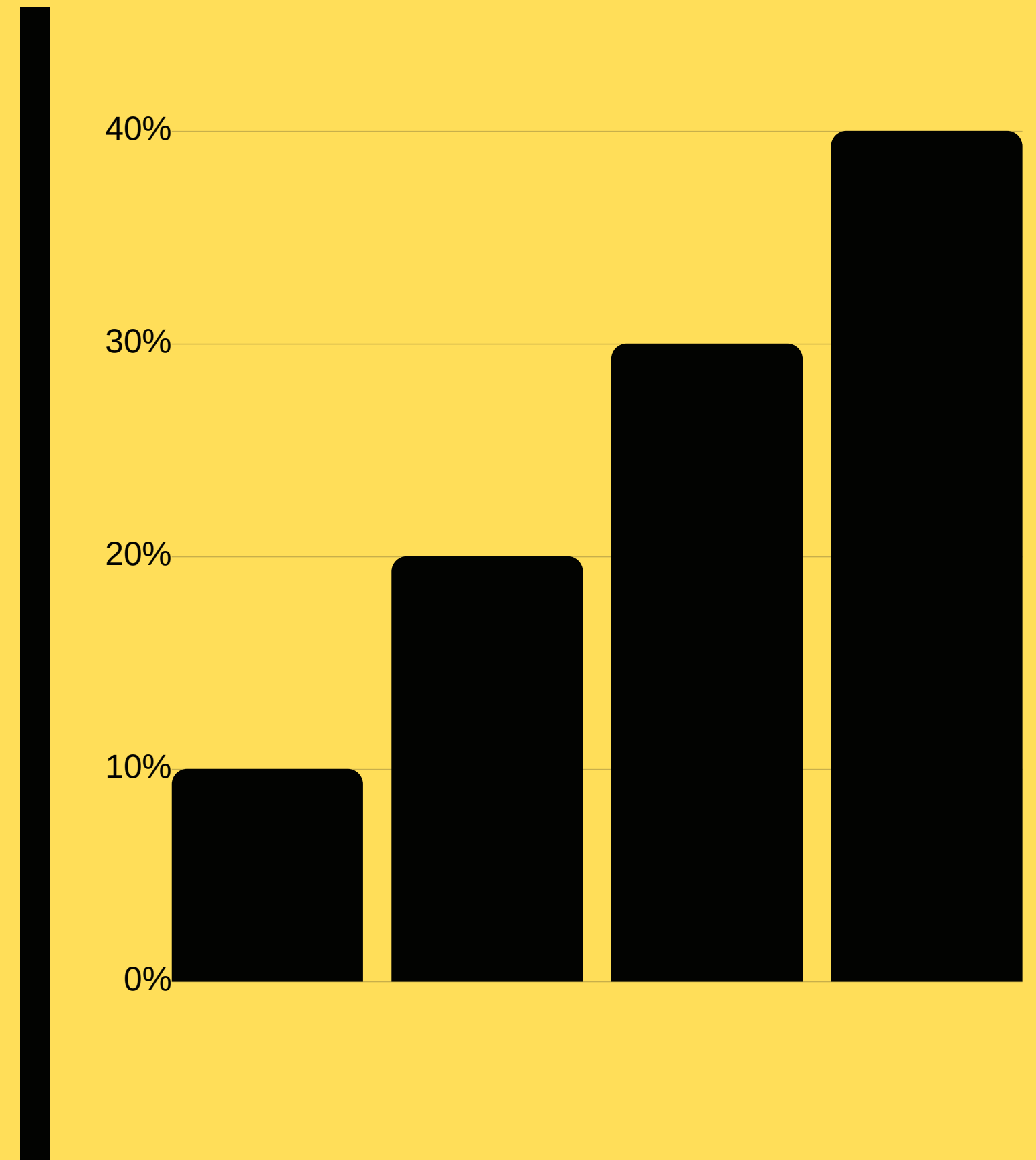


RETORNO DO INVESTIMENTO

Medir resultados através de vendas reais provenientes dos anúncios realizados;

Conhecer a si mesmo, o mercado e o cliente com profundidade para entregar resultados;

Sair da zona de estabilidade, porém sem sair da zona de conforto.





“

PERMANECER VIVO E COMPETITIVO DEPENDERÁ
DA SUA CAPACIDADE DE INVENTAR O FUTURO E
NÃO DA SUA POSIÇÃO NO PRESENTE OU DO QUE
VOCÊ CONSTRUIU NO PASSADO.

”

- MÁRCIO VILLELA -
CONSULTOR, EMPRESÁRIO E RADIODIFUSOR
VILLELA@ACCESSWEB.COM.BR - (41) 98814-4557