

Anunciar na **TRANSAMÉRICA FM** é mais do que falar com um grande público consumidor. É principalmente solidificar sua marca no mercado, posicionando-a juntamente com a rádio, esta que vem apresentando uma evolução contínua, com crescimento mês a mês. A **TRANSAMÉRICA FM**, é ainda a emissora que possui o maior número de ouvintes em todas as faixas etárias e classes sociais, oferecendo a oportunidade de seu produto atingir o público alvo, em consequência da programação, diversificada, adaptada a cada público e também locução e programas descontraídos que levam alegria aos ouvintes.

Conheça alguns motivos para você anunciar na **Transamérica Hits 90,1**

1 - O rádio está junto ao consumidor na hora da compra.

Segundo pesquisas, o rádio é o veículo que está junto a 93% dos consumidores na hora que antecede a compra. Ou seja, não importa o que ele viu na tevê na noite anterior porque quem decide a compra é o rádio, o comercial que ele ouviu antes de ir para o comércio.

2 - As pessoas passam mais tempo ouvindo o rádio.

Para convencer o consumidor seu comercial tem que ser ouvido por ele várias vezes ao dia e o rádio é o veículo que ele mais ouve, em média por 3:45hs, mas com diversos casos acima de quatro horas diárias. Some a isto que as pessoas absorvem o que ouvem (palavras) com mais facilidade do que o que vêem (imagens), principalmente se a sua mensagem estiver em forma de jingle.

3 - O rádio é imbatível durante o horário comercial.

O rádio tem o triplo da audiência da televisão durante a manhã e mais do dobro durante a tarde. E mais: no horário nobre da tv (19 às 22 horas), o rádio atinge mais pessoas do que a tv durante o dia. Note que o rádio é imbatível justamente no horário em que as empresas e o comércio estão abertos, fazendo dele mídia obrigatória para quem quer efetuar uma venda. A tv só tem boa audiência à noite, quando o comércio está fechado e o cliente, em casa.

4 - O consumidor passa 17% mais tempo com o rádio que a tv (e na hora certa).

Pesquisa do Ibope confirma que as pessoas que fazem compras passam 17% mais tempo ouvindo o rádio que vendo a televisão, o que dá ao seu comercial 17% mais chance de ser absorvido que o comercial da tv. E no rádio o consumidor não precisa estar olhando para o aparelho para ser atingido pela propaganda - ele pode estar na cozinha fazendo uma boquinha como é costume dos televisivos, e mesmo assim sua mensagem vai atingi-lo.

5 - O rádio atinge os consumidores dos principais ramos de atividade com mais eficiência.

Segundo pesquisa do Ibope, o rádio atinge a quase totalidade dos consumidores dos principais ramos de atividade em 15 dias. Observe na tabela abaixo o alcance do rádio e o perfil de consumidor encontrado pelo Ibope em cada ramo:

- 93% dos consumidores de refrigerante tipo cola foram atingidos pelo rádio nos últimos 15 dias (as classes ABC são 71%)
- 91% dos consumidores de outros refrigerantes (as classes ABC são 74% do total, com idade entre 15 e 24 anos)

- 91% de cerveja (predomínio de homens, entre 25 e 45 anos, sendo as classes ABC 76% do total)
- 88% de vinho (53% são mulheres e 47% homens, entre 35 e 45 anos, com as classes ABC sendo 65% do total)
- 97% de móveis (58% mulheres e 42% homens, entre 25 e 39 anos, com as classes ABC sendo 72% do total)
- 90% viagens nacionais (56% mulheres e 44% homens, entre 20 e 40 anos, sendo as classes ABC 81% do total)
- 94% lanchonete (54% de homens e 46% mulheres, entre 15 e 39 anos, com as classes ABC sendo 76% do total)
- 94% restaurante (55% homens e 45% mulheres, entre 25 e 45 anos, sendo as classes ABC 78% do total)
- 93% auto-peças (75% de homens e 25% mulheres, entre 25 e 39 anos, sendo as classes ABC 86% do total)
- 99% motoristas que passam mais de 10 horas/dia no volante (78% homens e 22% mulheres, com idade entre 25 e 39 anos, sendo que as classes ABC respondem por 96% do total)

6 - O rádio chega onde a tv não vai.

O rádio é o único veículo que atinge o consumidor em qualquer lugar: começando o dia com o rádio-relógio, sendo companhia no café da manhã, no ônibus e no carro a caminho do trabalho, no restaurante na hora do almoço, na lanchonete à tarde, nas lojas do comércio, no happy-hour do barzinho, à noite no encontro com os amigos, na madrugada boêmia, na praia e na fazenda, no cooper e na bicicleta com o walkman (possuído por 51% da população), ao lado enquanto surfa na Internet. Enfim, o rádio é o único veículo que tem um público exclusivo, enorme e pronto para receber sua mensagem.

7 - O rádio está em 99% das casas, contra 75% da tv.

Nem todo mundo assiste tv, mas praticamente todo mundo ouve rádio todos os dias. Além desta vantagem nas casas, o rádio está em 83% dos carros contra 1% da tv, e mais da metade da população acorda com o rádio-relógio.

8 - O rádio atinge o consumidor que tem antena parabólica.

Quem tem antena parabólica assiste seu canal preferido direto da rede sem ver os comerciais da emissora local. Só entre Itabuna e Ilhéus (BA) existem mais de 45.000 antenas parabólicas, o que significa um público potencial de 220.000 pessoas que não vêem os comerciais locais (quantidade igual à da população de uma das cidades!). Some a isto a concorrência das vídeo-locadoras e o "efeito zapping" (detectado através de estudos, ele provou que a maioria das pessoas muda de canal durante os comerciais por causa da facilidade do controle remoto). Anunciar na tv local tem muito menos resultados porque quase metade dos consumidores não vê o comercial local. Em compensação você pode atingi-los através do rádio FM, ouvido por 99% dos donos de parabólica. Você ainda ganha o bônus de atingir o consumidor de vídeo no carro, na ida e na volta da locadora.

9 - O horário nobre do rádio dura 13 horas, o da tv só três.

O rádio é imbatível das 6 horas da manhã até às 19 horas, mantendo um "horário nobre" de 13 horas contra o pequeno horário nobre da tv, situado entre 19 horas e 22 horas. É quatro vezes mais eficiência a favor do rádio, uma das razões do grande crescimento do veículo nos últimos anos. E com um custo 15 vezes menor.

10 - Só o rádio acompanha o consumidor no verão.

No verão as pessoas tendem a sair mais de casa durante a noite, o que esvazia o horário nobre da tv e aumenta bastante a audiência do rádio neste horário. Só ele pode ir com o consumidor para os bares, as praças, a beira da praia e os calçadões. É um veículo especializado em acompanhar o consumidor onde ele for, marcando presença nos melhores momentos da vida do seu cliente.

11 - O rádio é o veículo de maior credibilidade.

Todos os anos são realizadas pesquisas para aferir a credibilidade dos vários setores da sociedade junto ao público e todos os anos o rádio brilha. Ele é o segundo em credibilidade, logo atrás da Igreja Católica, 7 posições acima dos jornais e 17 posições acima da televisão. Ou seja: as pessoas acreditam muito mais no que é veiculado no rádio do que nos telejornais e isto se reflete também na credibilidade de sua propaganda, aceita com mais facilidade.

12 - Uma produção de alto nível no rádio custa 95% menos.

Você pode usar dez helicópteros, vinte carros de Fórmula Um, uma fábrica inteira e milhares de pessoas em um comercial de rádio gastando quase nada e em prazo recorde. Isto porque o rádio usa a imaginação do consumidor ao invés de usar o seu bolso. Tente fazer a mesma cena na televisão e ela se transforma em uma superprodução de alguns milhares de dólares e meses de filmagem (se o tempo permitir). Além disso, quando você mostra uma "bela mulher" na tv, ela pode ou não agradar o consumidor. Mas se você diz a ele, no rádio, que ali está uma "bela mulher", ele imagina a mulher de seus sonhos.

13 - Seu comercial de rádio pode mudar em menos de uma hora. Na tv...

Um bom comercial de rádio pode ser produzido e estar no ar em menos de uma hora, enquanto o de tv requer mais de um dia e a boa vontade da emissora. Não é à toa que vemos tantos comerciais "de natal" sendo veiculados na tv após 25 de dezembro, coisa que não acontece no rádio porque nele o comercial já mudou na madrugada do dia 26. No rádio sua loja pode fazer uma promoção diferente por dia ou até por hora. Na tv, isto é impossível.

14 - Anunciar no rádio custa 15 vezes menos.

Parece incrível que um veículo tão superior ainda por cima seja mais barato, mas é verdade. O rádio não só é mais barato que a tv - ele custa quinze vezes menos que a televisão. Com o dinheiro que você gasta anunciando uma semana na tv seu comercial pode passar quinze semanas no rádio atingindo muito mais pessoas com mais eficiência, e isto durante o horário comercial. E ainda chega aos milhares de consumidores que estão em lugares que a tv não alcança.

Como você pode ver, o rádio é um veículo muito superior à tv e custa bem menos. Agora basta entrar em contato com a Rádio Transamérica Hits 90,1 para anunciar e ter certeza de retorno garantido.