

## درس نهم - تبلیغات در رادیو

سال‌ها پیش با رایج شدن تلویزیون، بسیاری از کارشناسان پیش‌بینی می‌کردند که دوران رادیو به پایان خواهد رسید. ولی هیچ‌گاه این اتفاق نیفتاد و امروزه نیز، با آمدن انواع دستگاه‌های مدرن صوتی و تصویری، رادیو جایگاه خود را حفظ کرده است. دلیل، آن است که افراد در هنگام انجام کارهای دیگر، مسافرت و رانندگی می‌توانند به راحتی به رادیو گوش دهند. گروهی از مخاطبان، تنها از طریق رادیو قابل دسترسی هستند، رانندگان تاکسی، کارگران کارگاه‌های تولیدی و ... شاید هیچ‌گاه تبلیغات شما را در روزنامه‌ها و مجلات نبینند، ولی روزانه چند ساعت به رادیو گوش می‌کنند.

### مزایای استفاده از تبلیغات رادیویی

#### ۱. دسترسی به حجم عظیمی از مخاطبان

یک پیام رادیویی می‌تواند به گروه بزرگ‌تری از مخاطبان منتقل شود. پوشش آن از تبلیغات مجلات بیشتر است. در ایالات متحده، بیش از ۳۰۰ میلیون دستگاه گیرنده رادیو وجود دارد!

#### ۲. ایجاد حس فوریت

تبلیغات رادیویی در شنونده، حس فوریتی ایجاد می‌کند که مجلات و روزنامه‌ها قادر به انجام آن نیستند.

#### ۳. انعطاف‌پذیری

در تبلیغات رادیویی به راحتی می‌توانید متن پیام خود را تغییر دهید و حتی آن را با مناسبت‌های مختلف سازگار کنید.

#### ۴. دسترسی به مخاطبان خاص

امروزه بسیاری از ایستگاه‌های رادیویی مخاطبان خاص خود را انتخاب نموده‌اند و برای آنان برنامه پخش می‌کنند. مثلاً با تبلیغات در رادیو ورزش، می‌توانید به قشر

علاقه‌مند به ورزش دسترسی پیدا کنید.

## ۵. وفاداری شنوندگان رادیو

شنوندگان رادیو معمولا به کانال رادیویی مورد علاقه خود وفادارند. بینندگان تلویزیون معمولا این‌طور نیستند و اغلب در حال تغییر دادن کانال‌ها هستند. شنوندگان رادیو کانال مورد علاقه خود را می‌یابند و سپس فقط به آن گوش می‌کنند.

## ۶. قدرت ترغیب مخاطب

در تبلیغات رادیویی این امکان وجود دارد که با مشتریان صحبت کنید، بنابراین بسیار موثرتر از نوشته است. شما می‌توانید با نحوه صحبت و لحن صدا، آن‌ها را ترغیب به انجام کاری نمایید.

## معایب تبلیغات رادیویی

### ۱. عمر پیام بسیار کوتاه است

وقتی پیام تبلیغاتی شما پخش شد، دیگر قابل برگرداندن نیست. اگر مخاطب بخشی از آن را نشنود و یا قادر به یادداشت شماره تلفن نباشد، نمی‌تواند پیام را برگرداند و به آن دوباره گوش کند. مخاطب باید منتظر شنیدن اتفاقی همان پیام در زمانی دیگر باشد.

### ۲. در تمامی زمینه‌های بازاریابی موثر نیست

رادیو تنها در موارد خاصی موثر است و از تبلیغات رادیویی نمی‌توان برای فروش هر نوع کالایی استفاده کرد. مثلا با تبلیغات رادیویی نمی‌توان اتومبیل فروخت ولی بلیط‌های کنسرت از طریق تبلیغات رادیویی به راحتی فروخته می‌شوند.

### ۳. دسترسی زمانی محدود به مخاطبان

بسیاری از مردم، فقط در هنگام رفتن به محل کار و برگشتن از آنجا به رادیو گوش می‌کنند. آن‌ها به طور شبانه‌روزی رادیو گوش نمی‌کنند. بنابراین تنها در ساعات خاصی از روز، تبلیغ شما می‌تواند عملا موثر واقع شود.

#### ۴. عدم توانایی در ارائه بصری

بعضی از محصولات را نمی‌توان با توضیح دادن فروخت. مشتری باید تصویر آن را ببیند تا ذهنیت درستی به دست آورد. رادیو از توانایی ارائه تصویری درست از محصول قاصر است.