



La radio, clé du succès pour votre campagne

La radio, clé du succès pour votre campagne

Dans un paysage médiatique en constante évolution, la radio reste la valeur sûre pour les annonceurs. En s'adaptant en permanence aux nouvelles technologies et en vivant avec son temps, elle a toujours réussi à trouver son public. Zoom sur les bénéfices de ce média pour votre marque.

« *L'expérience est le meilleur gage de réussite* » ; si un média devait illustrer ce proverbe, ce serait la radio. Concrètement, dans son étude Sound of Success, l'EGTA a répertorié 13 raisons pour lesquelles vous avez tout intérêt à miser sur ce média intemporel :

1. La radio permet aux marques de toucher des millions de personnes au quotidien, grâce à une portée et un temps d'écoute plus forts que jamais.
2. La radio assure un ciblage des plus précis, en touchant les bonnes personnes au bon moment avec le bon contenu.
3. La multiplication des points de contact ainsi que des formats rend ce média omniprésent pour l'auditeur. Sa consommation « mains libres » a d'unique qu'elle n'est pas du tout contraignante en termes de liberté et de mobilité.
4. La radio est le média de proximité par excellence : plus qu'un support, sa présence tient compagnie à tout moment de la journée.
5. En tant que média d'information et de divertissement, la radio assure un engagement énorme. Les différentes chaînes radio développent une relation solide avec les auditeurs, et sont ainsi présents de manière intime et personnalisée.
6. La radio a un pouvoir d'amplification énorme. En effet, les plans médias intégrant la radio se retrouvent systématiquement boostés en termes de visibilité.
7. La radio est souvent le dernier média écouté avant l'achat : il s'agit donc d'un média d'activation très efficace.
8. La grande portée de la radio combinée à son effet « bonne humeur » renforce le message de l'annonceur et en font le média idéal pour les petites marques qui souhaitent se développer.
9. La radio stimule le trafic, la recherche et le commerce électronique.
10. En temps de crise, la radio est un média « refuge », auquel les auditeurs accordent une grande confiance et qu'ils considèrent comme une source d'information extrêmement fiable.
11. L'audio propose des solutions créatives et efficaces à un coût de production abordable. Sa flexibilité et son agilité permettent une forte capacité d'adaptation.

12. La radio offre un contexte premium, sans parasitage publicitaire et assure ainsi à votre marque d'être intégrée dans un environnement sécurisé.

13. Les innovations permanentes dans le domaine de l'audio, tant en termes de diffusion de contenu que de technologies publicitaires, créent de nouvelles opportunités passionnantes pour les spécialistes du marketing.

Ces avantages sont autant de bénéfices dont peut profiter votre marque. D'autant plus que les offres audios d'IP vous proposent un dispositif sur-mesure. N'hésitez pas à contacter Delphine Van Kerckhove pour plus d'informations : 02 337 63 16 – dkerckhove@ipb.be [1]

Vous pouvez consulter l'étude complète Sound of success de l'EGTA [en cliquant ici](#) [2].