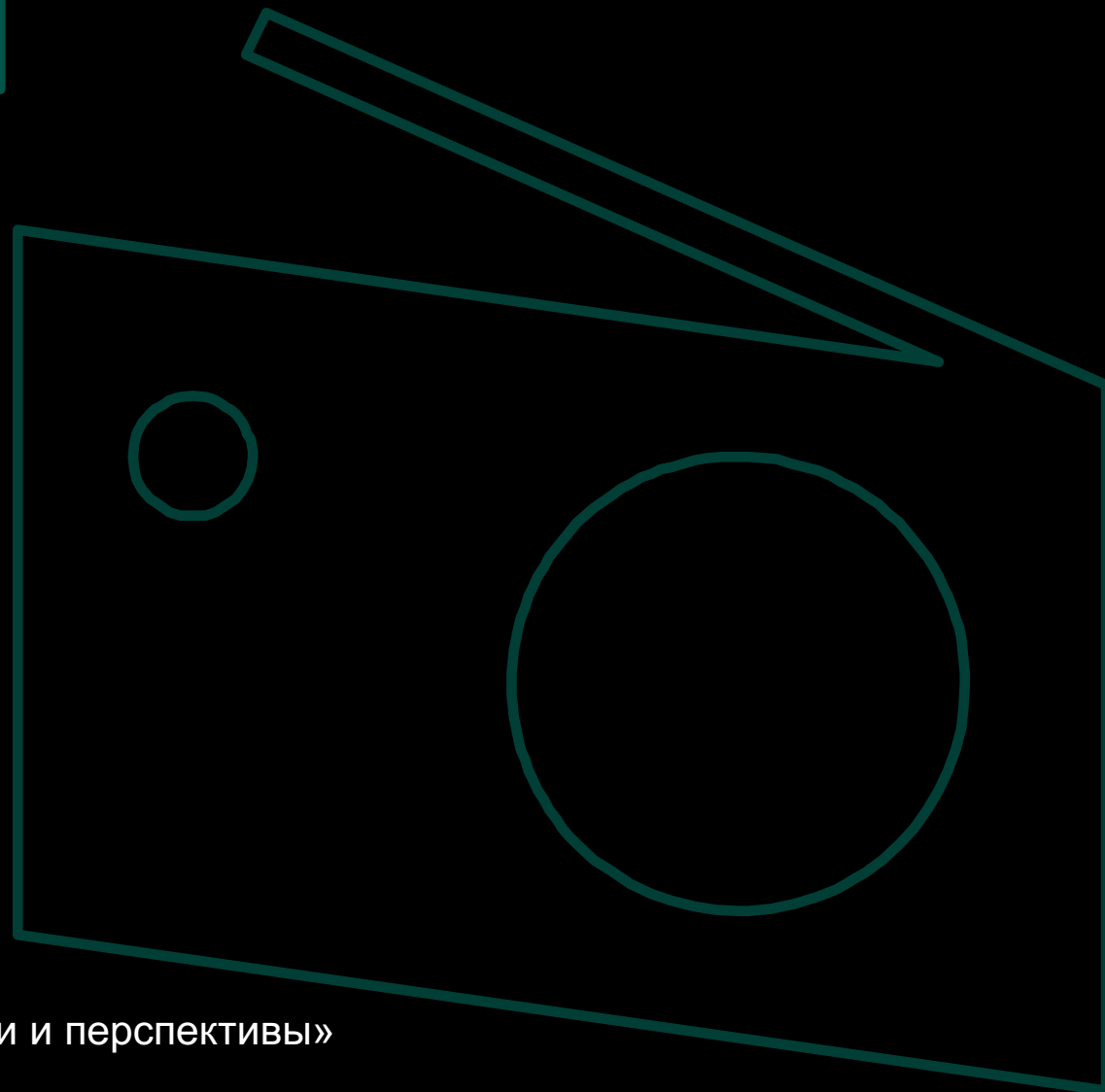




Аудитория радио: основные тенденции на локальных рынках

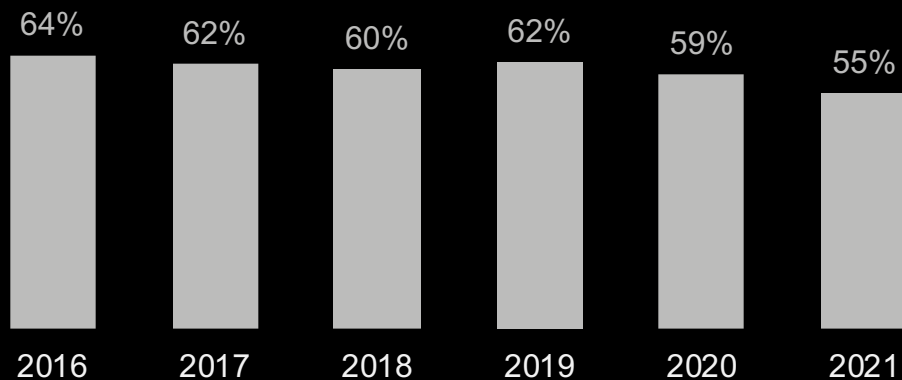
Михаил Попонов, Mediascope



Общий объем аудитории радио

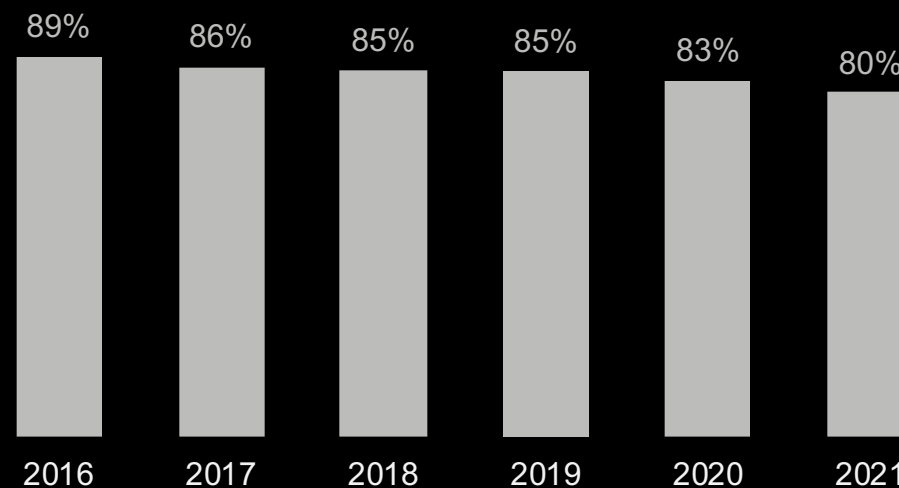
Аудитория за сутки

55% населения



Аудитория за неделю

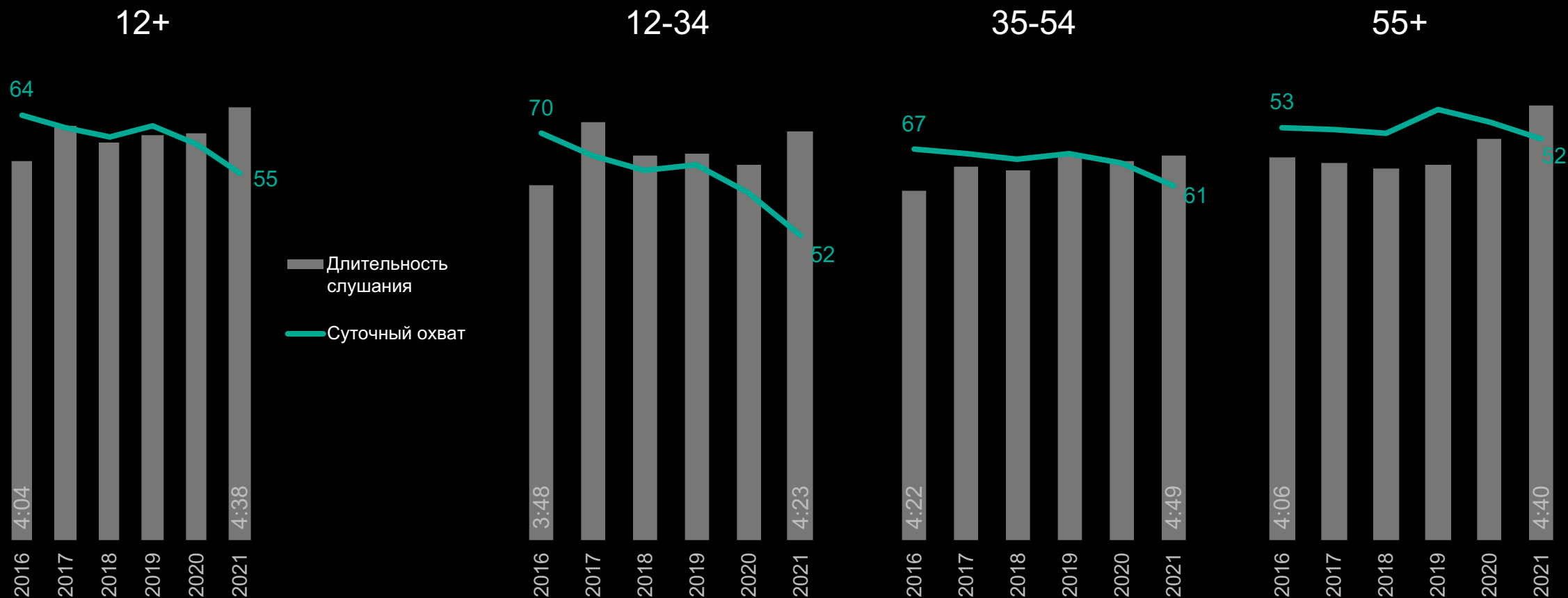
80% населения



Время прослушивания радио



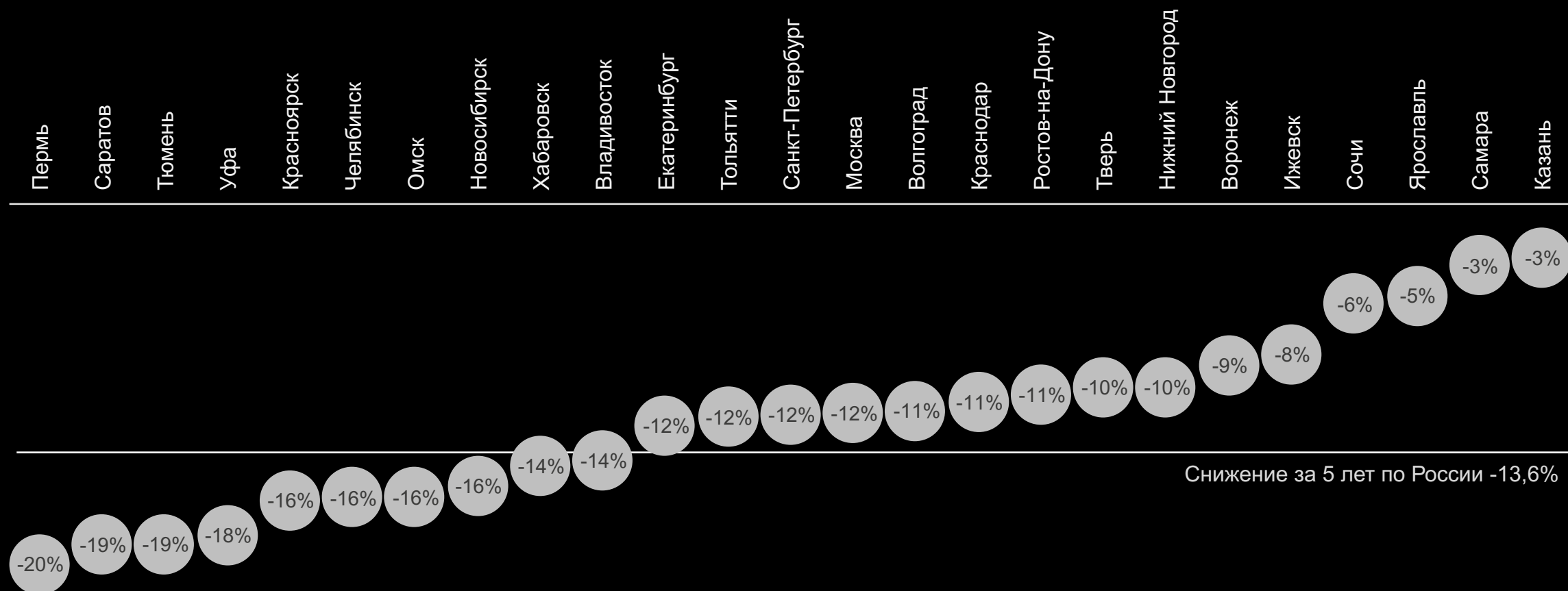
Охват снижается, время прослушивания растёт



Источник: Mediascope Radio Index, Россия 100к+, октябрь – март 2016-2021, 12+, Daily Reach %, TSL Daily, мин.

15 июня 2021 | Конференция РАР «Локальное радио: инновации и перспективы»

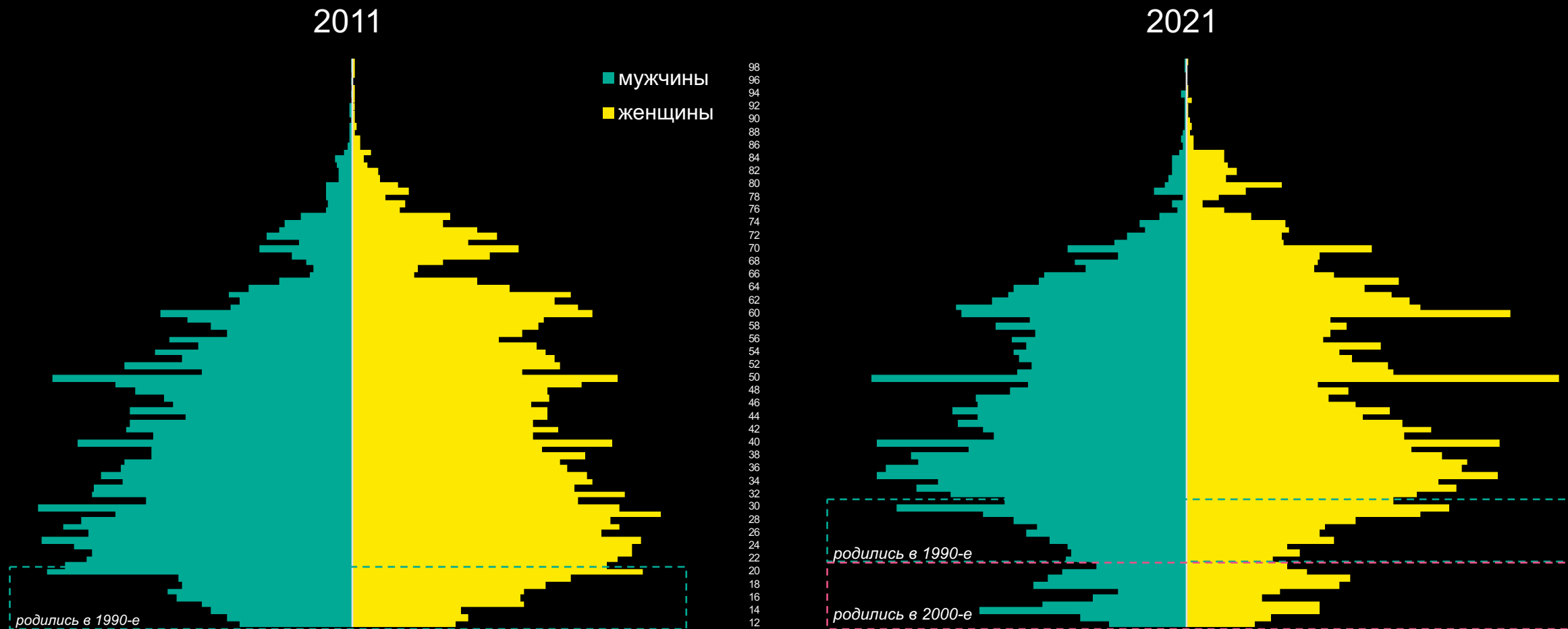
Снижение охвата в городах 2021/2016



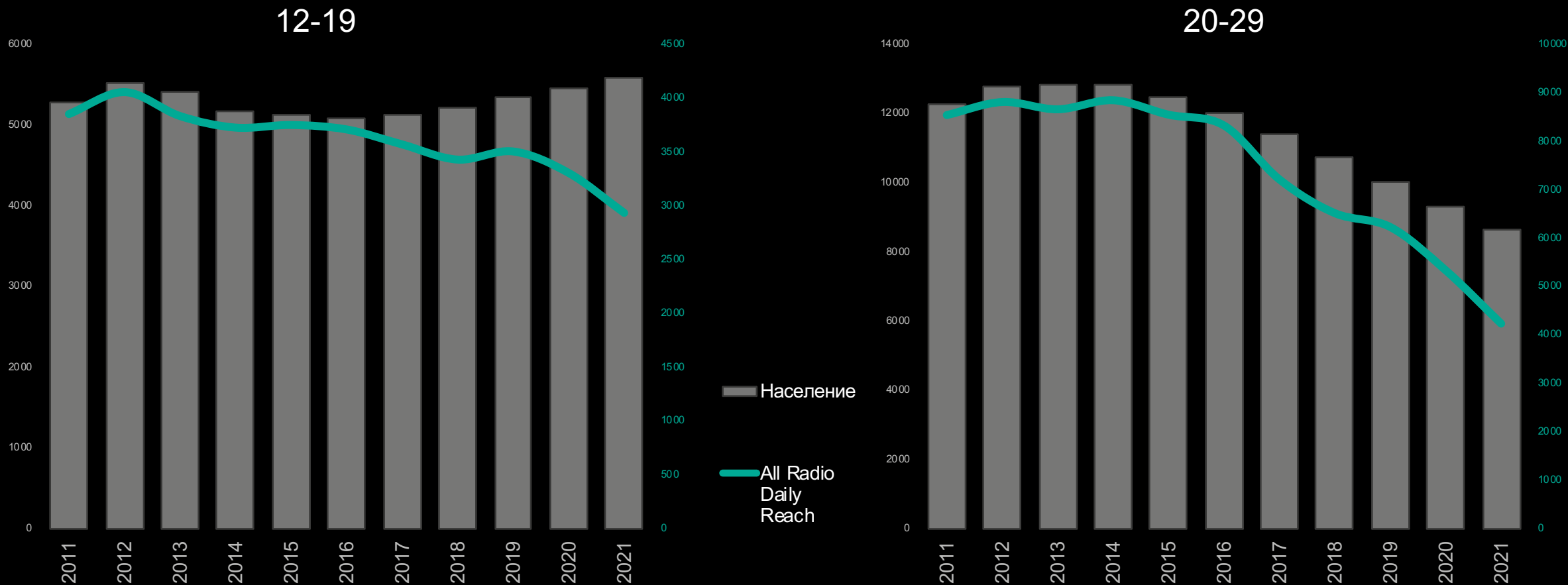
Источник: Mediascope Radio Index, Города, январь – декабрь 2016, апрель 2020 – март 2021, 12+, Daily Reach %

15 июня 2021 | Конференция РАР «Локальное радио: инновации и перспективы»

Аудитория радио: возрастно-половая пирамида



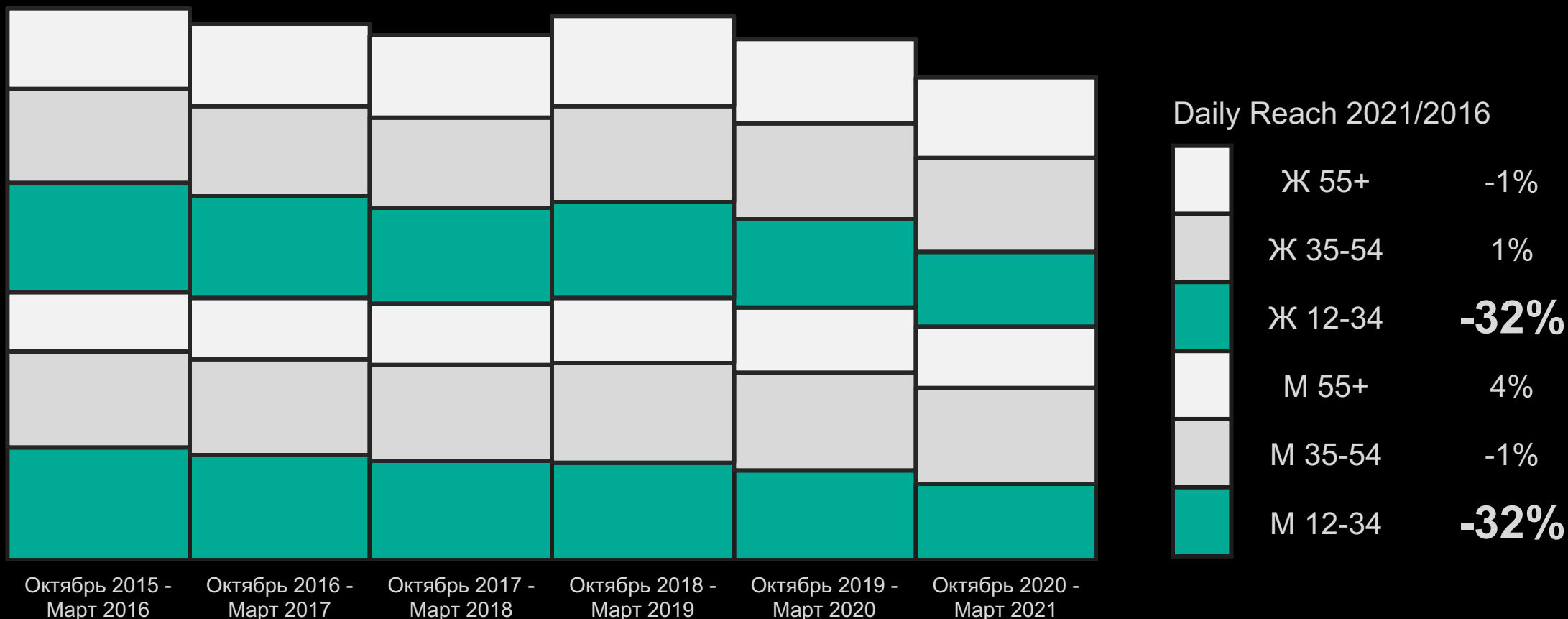
Аудитория радио и население: ситуацию в группе 20-29 усугубляет демографический спад



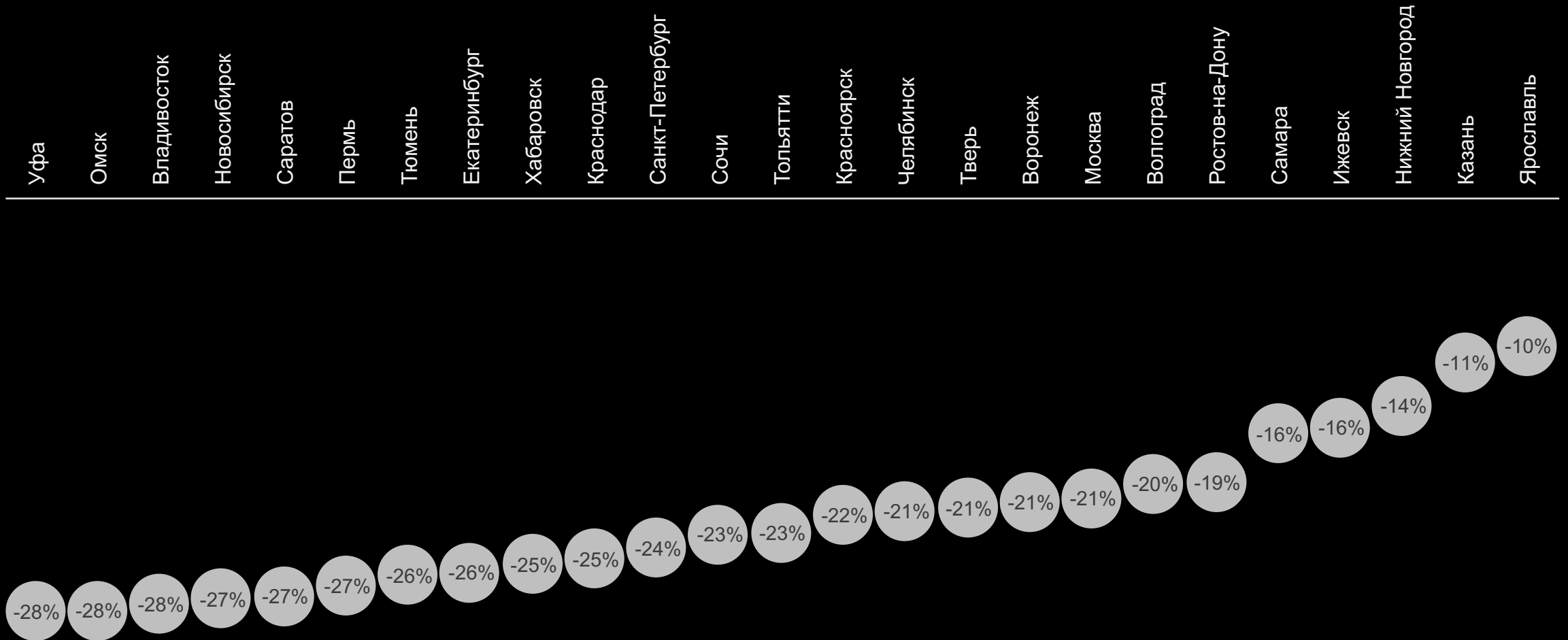
Источник: Mediascope Radio Index, Россия 100k+, октябрь – март 2016-2021, 12+, Universe. Reach Daily

15 июня 2021 | Конференция РАР «Локальное радио: инновации и перспективы»

Суточный охват снижается за счёт молодых слушателей



Молодая аудитория в городах снижается медленнее, чем по стране



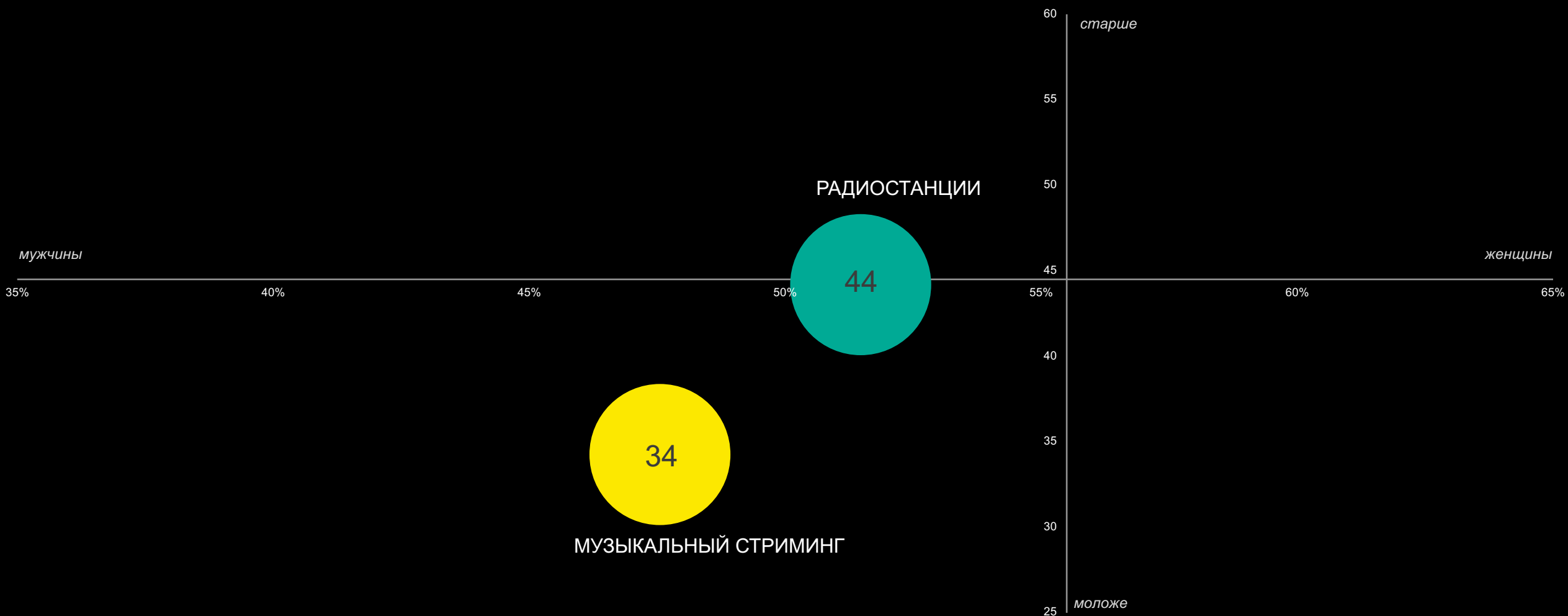
Источник: Mediascope Radio Index, Города, январь – декабрь 2016, апрель 2020 – март 2021, 12+, Daily Reach %

15 июня 2021 | Конференция РАР «Локальное радио: инновации и перспективы»

Малый повзрослел: среднему радиослушателю уже почти 45



Средний возраст радиослушателей и интернет-слушателей



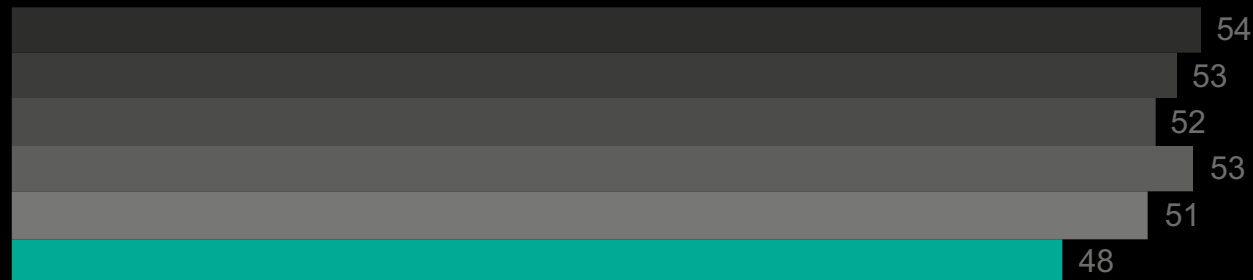
Источник: Mediascope Radio Index, Россия 100k+, октябрь 2020 – март 2021, 12+, Reach Daily; WEB Index Desktop&Mobile, 12+, октябрь 2020-март 2021, Average Daily Reach. Музыкальный стриминг – Apple, Boom, Yandex, Spotify

15 июня 2021 | Конференция РАР «Локальное радио: инновации и перспективы»

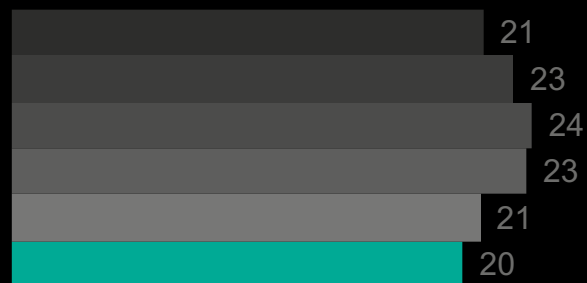
Стабильный интерес к новостному контенту, охват музыкальных станций снижается



Музыкально-развлекательные радиостанции



News-talk



■ 2016 ■ 2017 ■ 2018 ■ 2019 ■ 2020 ■ 2021



Источник: Mediascope Radio Index, Россия 100k+, октябрь – март 2016-2021, Daily Reach%, 12+

15 июня 2021 | Конференция РАР «Локальное радио: инновации и перспективы»

Горячая ротация (31.05-06.06) vs. стриминговые чарты (топ-50)



Пересечение с топ-50 на радио – 14/50

Топ-5

Джарахов, Markul - Я в моменте

HammAli & Navai - Птичка

Баста - Ты была права

Masked Wolf - Astronaut In The Ocean

Minelli - Rampam

Топ-3 артиста в чарте:

Miyagi & Andy Panda (4), Måneskin (3), NILETTO (3)



Пересечение с топ-50 на радио – 13/50

Топ-5

Джарахов, Markul - Я в моменте

HammAli & Navai - Птичка

Баста - Ты была права

Måneskin - I WANNA BE YOUR SLAVE

Мот, LYRIQ - Не Бруклин

Топ-3 артиста в чарте:

MORGENSTERN (8), Måneskin (4), Miyagi & Andy Panda (3)



Пересечение с топ-50 на радио – 6/50

Топ-5

Джарахов, Markul - Я в моменте

HammAli & Navai - Птичка

Mekhman - Копия пиратская

Miyagi & Andy Panda feat. TumanYO - Оттепель

Элджей - Candy Flip

Топ-3 артиста в чарте:

MORGENSTERN (8), Måneskin (3), Miyagi & Andy Panda (3)



Пересечение с топ-50 на радио – 3/50

Топ-5

Måneskin - ZITTI E BUONI

Måneskin - I WANNA BE YOUR SLAVE

MORGENSHTERN - ARISTOCRAT

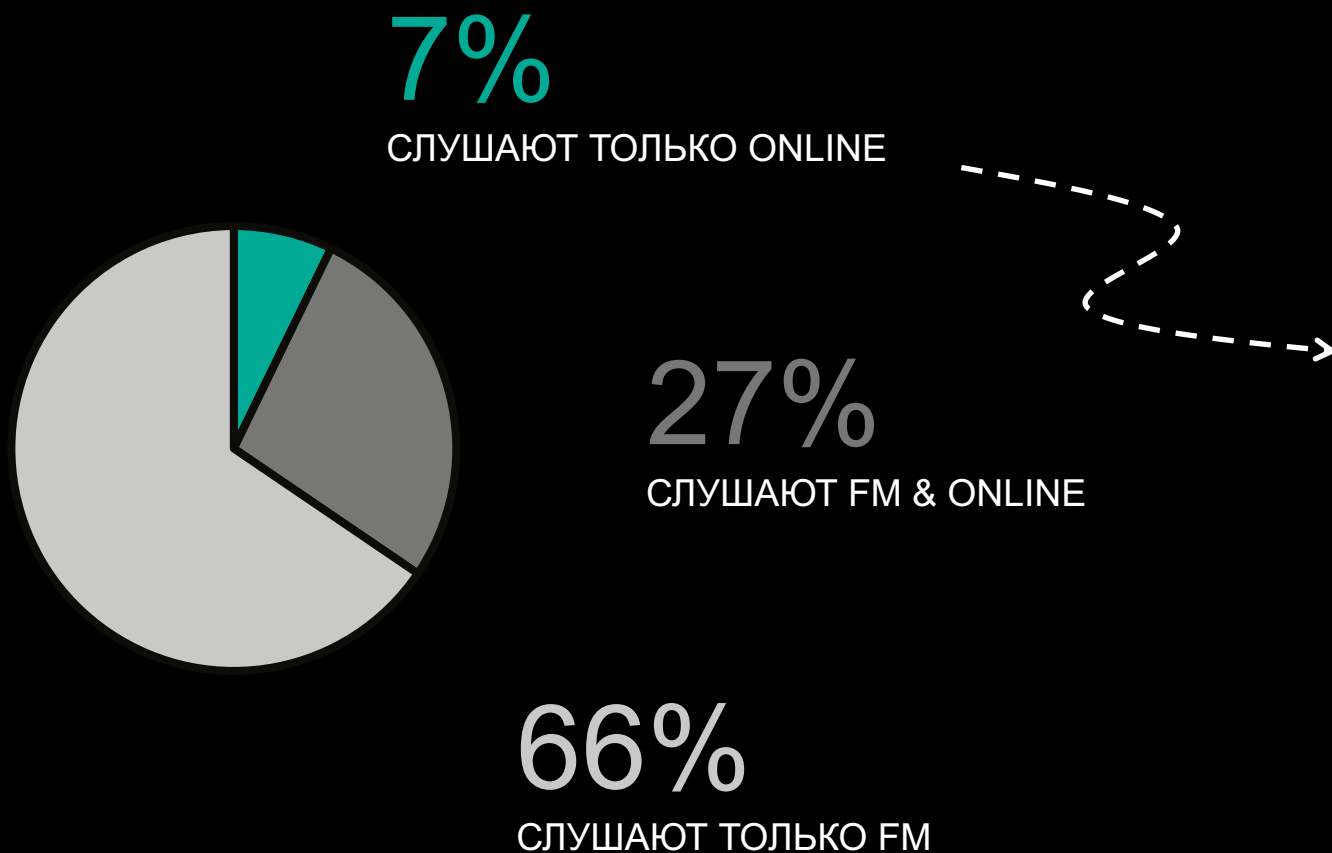
MORGENSHTERN - SHOW

LOVV66 - Трап Трап

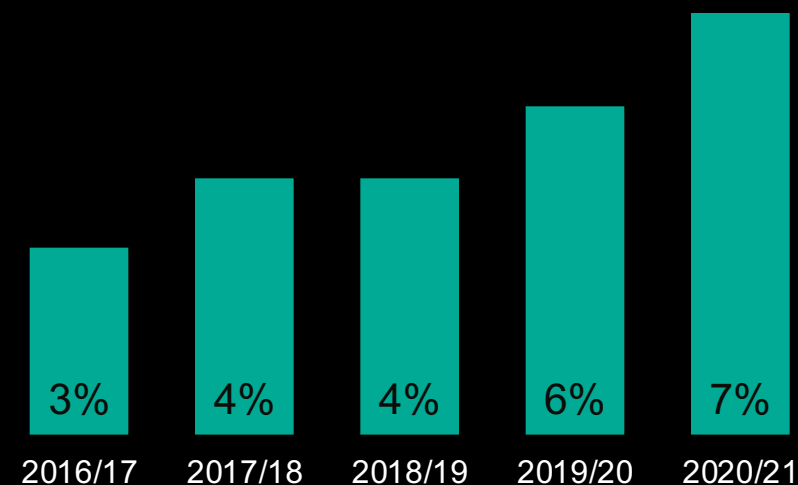
Топ-3 артиста в чарте:

MORGENSTERN (19), Måneskin (4), OG Buda (3)

Объем аудитории FM vs Online

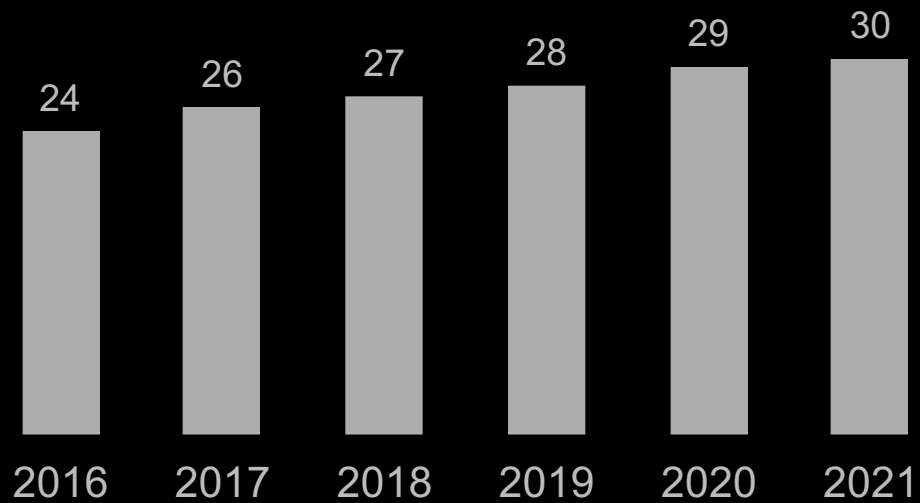


ДОЛЯ ЭКСКЛЮЗИВНЫХ ONLINE
СЛУШАТЕЛЕЙ:

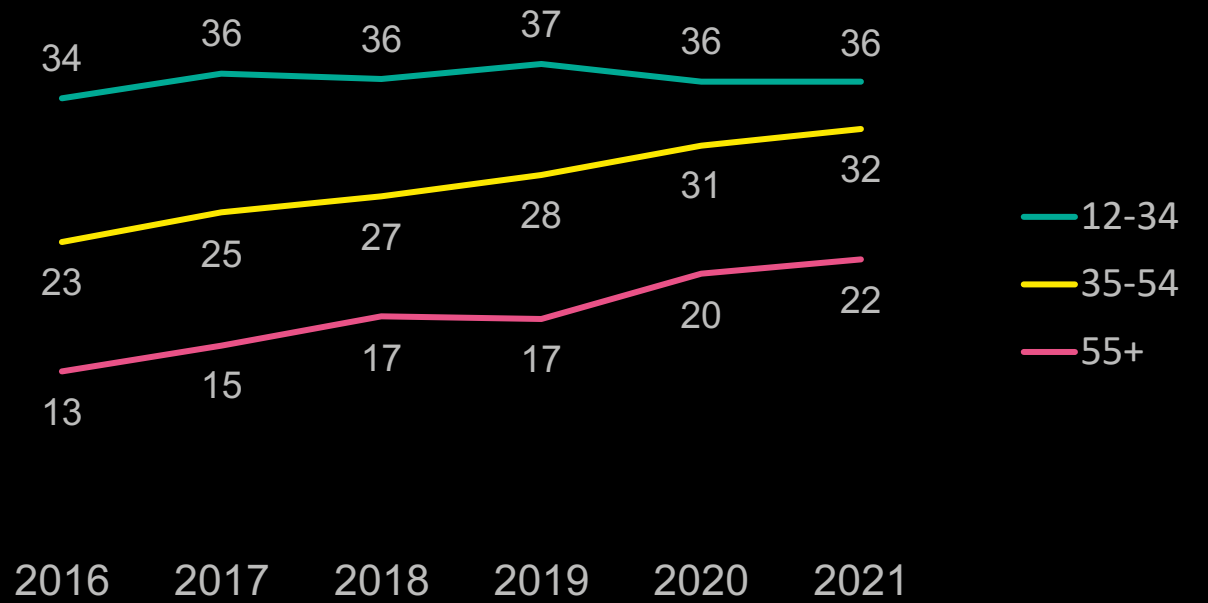


Онлайн-аудитория радио

Все население 12+

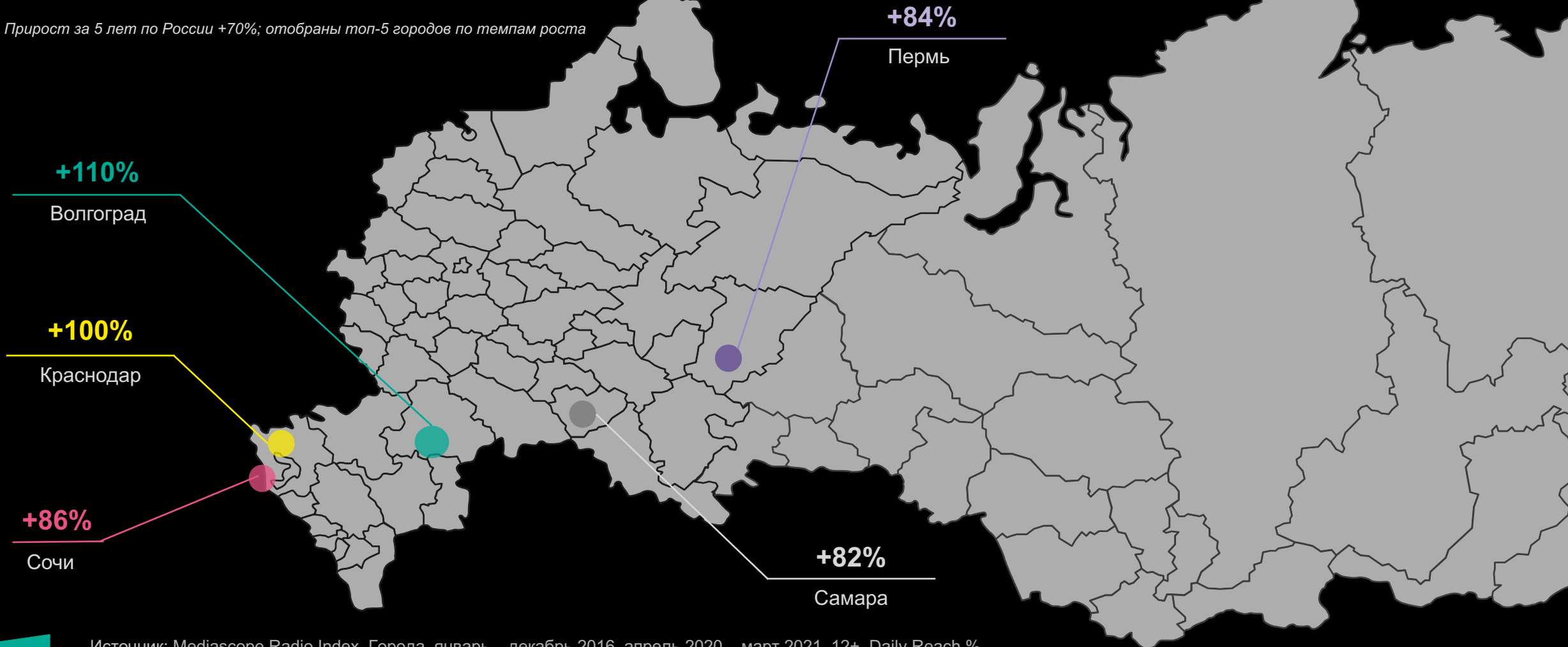


По возрастам



Рост онлайн-слушателей 55+ (2021/2016)

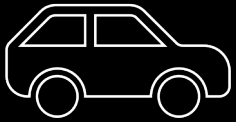
Прирост за 5 лет по России +70%; отображены топ-5 городов по темпам роста



Источник: Mediascope Radio Index, Города, январь – декабрь 2016, апрель 2020 – март 2021, 12+, Daily Reach %

15 июня 2021 | Конференция РАР «Локальное радио: инновации и перспективы»

Способы слушания радио



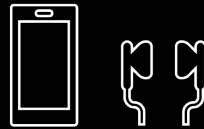
75%

-3% ЗА ГОД



33%

-3% ЗА ГОД



30%

+1% ЗА ГОД



22%

+1% ЗА ГОД

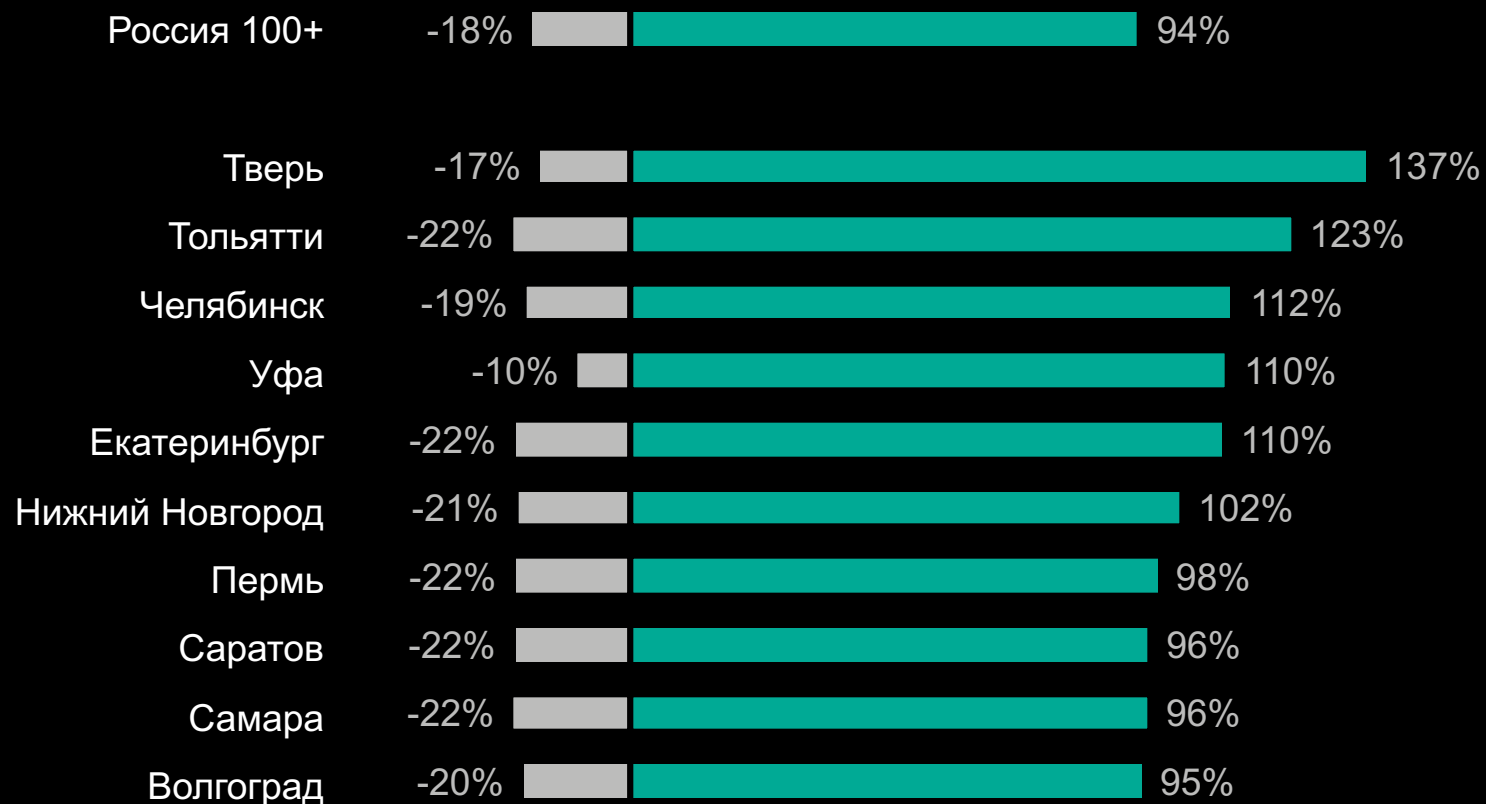


12%

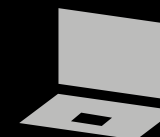
-1% ЗА ГОД



Слушание онлайн через смартфон и компьютер (2021/2016)



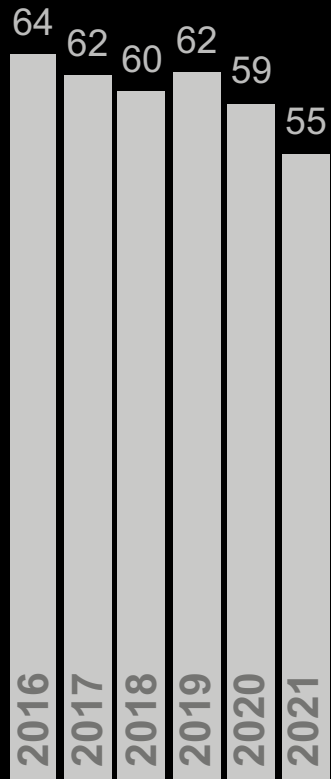
Desktop



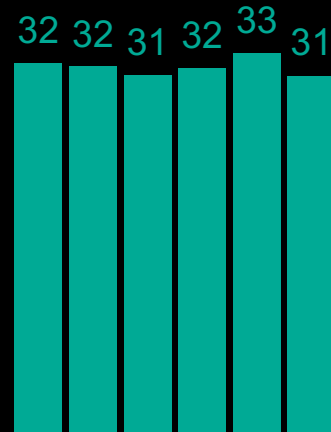
Mobile



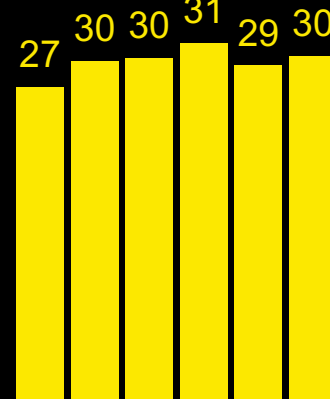
Места слушания радио



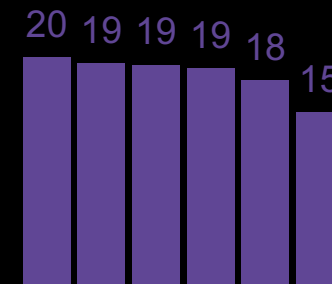
Везде



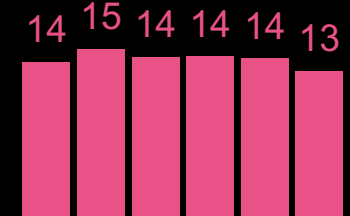
В автомобиле



Дома

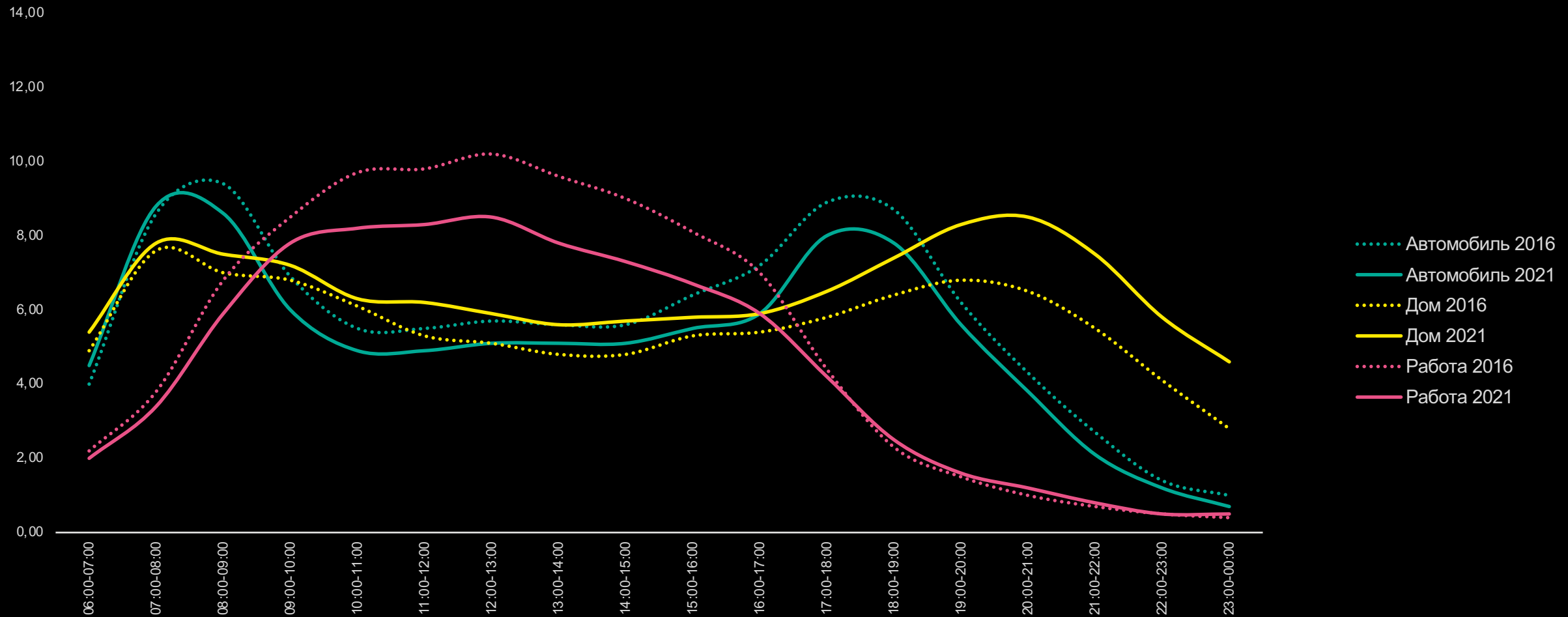


В другом месте



На работе

В машине и на работе слушают меньше, дома – больше



Изменения в слушании радио

2016 vs 2021

Суточный охват, %

Время в сутки, мин

Среднее количество
слушаемых станций

Средний возраст
слушателей

- 8,7 %

+ 0:34

+ 0,3

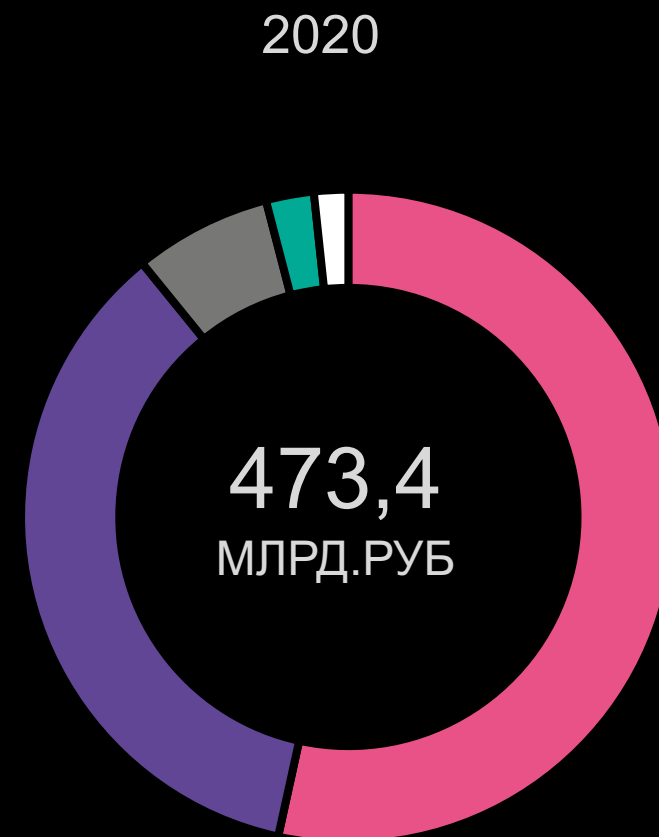
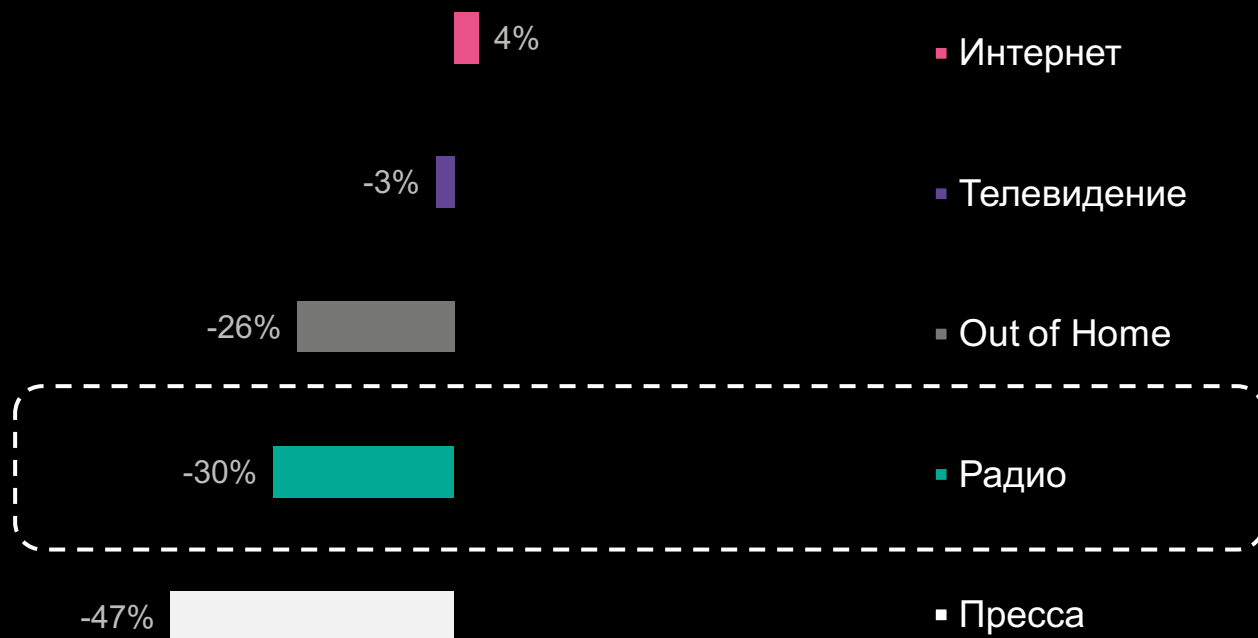
+ 0,8

Объём рекламного рынка 2020/2019



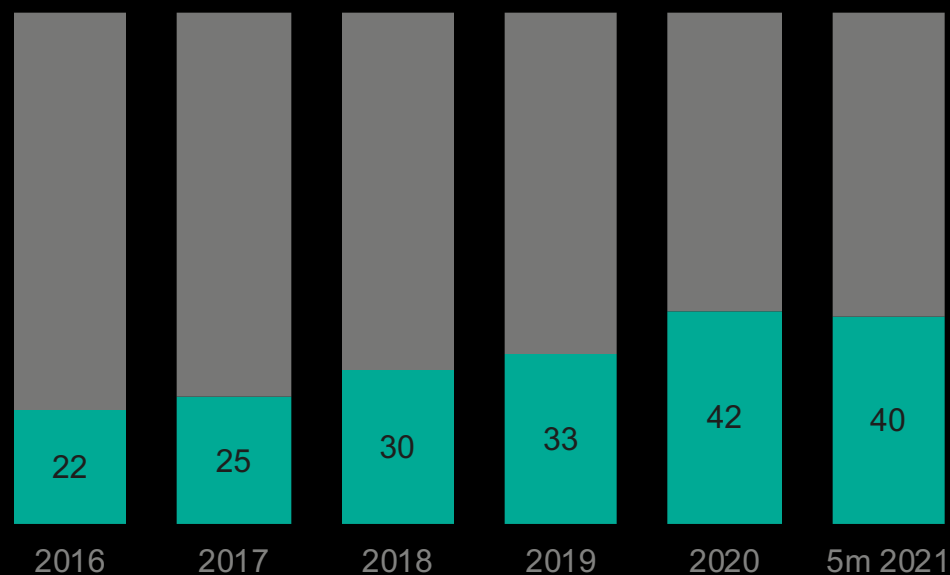
Источник: АКАР, Объем рекламы в средствах ее распространения в 2020 году, https://www.akarussia.ru/knowledge/market_size/id9555

Заметное снижение объемов рекламы в 2020 году во всех медиа, кроме Интернета и ТВ

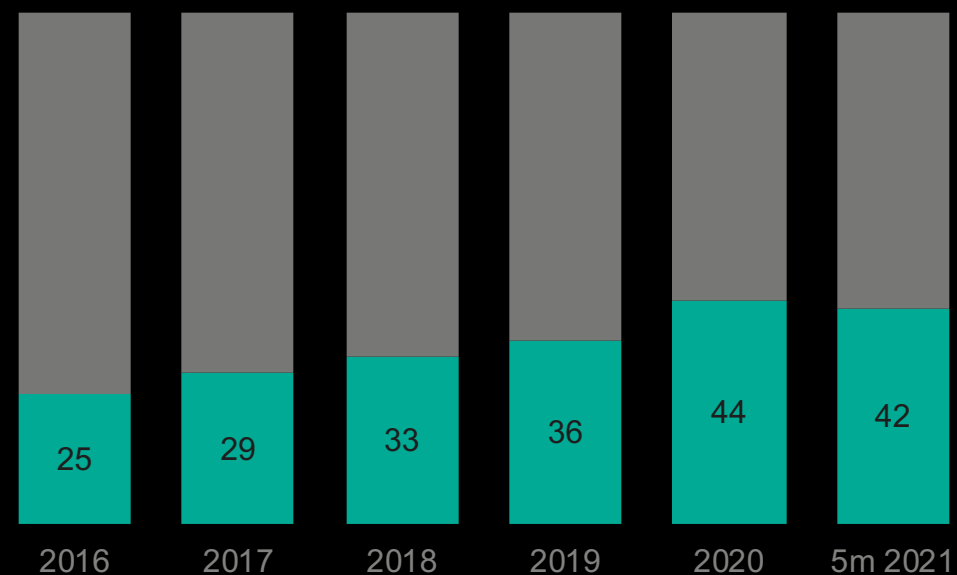


Рост доли сетевых размещений в Москве и Санкт-Петербурге

Москва



Санкт-Петербург



■ Сетевое

■ Локальное

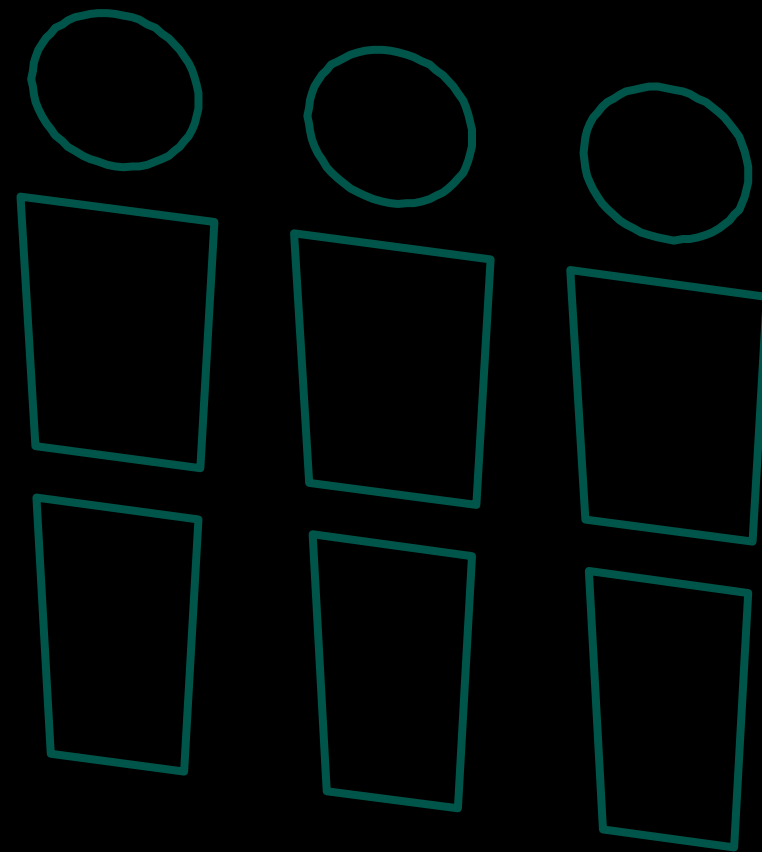


Источник: Mediascope Мониторинг рекламы на радио, Москва, Санкт-Петербург, прямая реклама, исключена социальная реклама, средства массовой информации, объем рекламы (сек.) в долях

15 июня 2021 | Конференция РАР «Локальное радио: инновации и перспективы»

Кейс

Оптимизация рекламной кампании



Рекламная кампания X

- Автомобильный бренд
- Локальное размещение
- 200 роликов
- 26 дней
- 3 радиостанции

График размещения:

Основная часть роликов «утро-вечер»

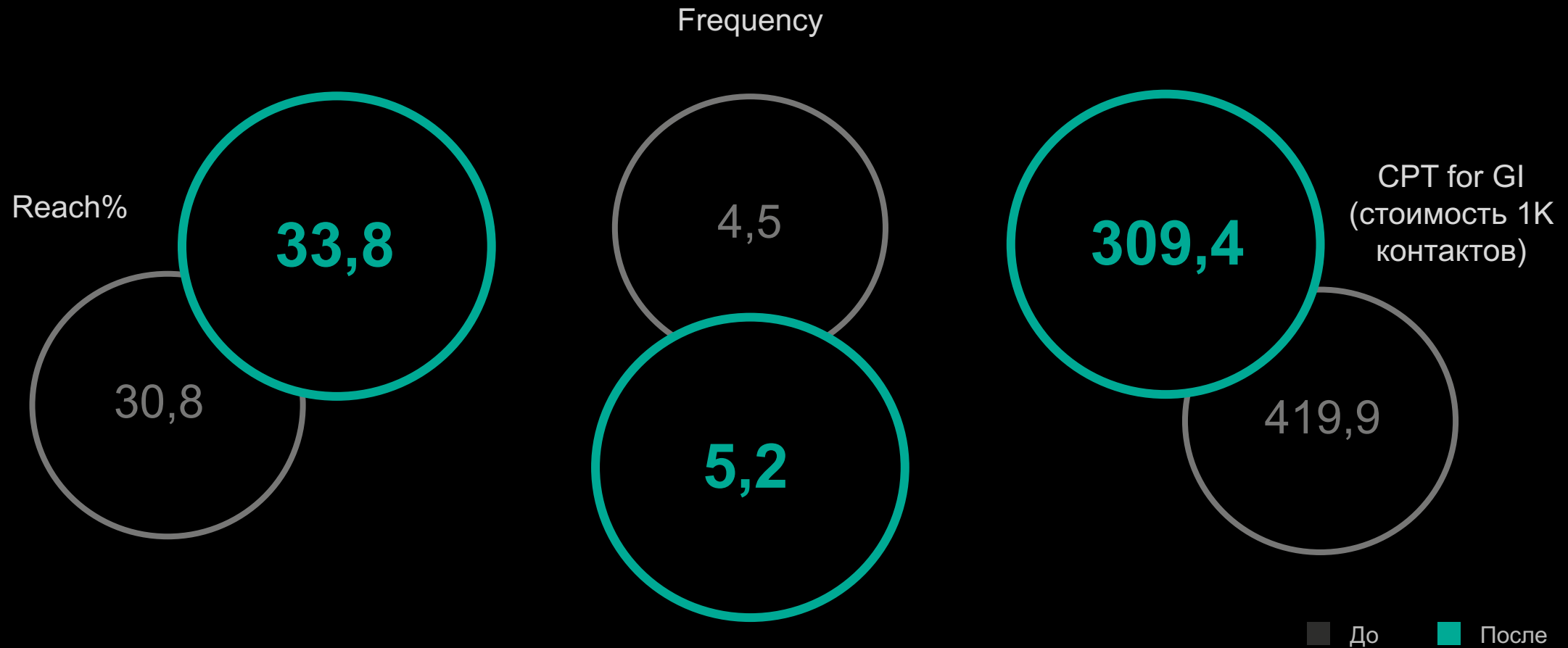
	Неделя 1	Неделя 2	Неделя 3	Неделя 4	Total
08:00-09:00	5	7	8	8	28
09:00-10:00	7	9	11	11	38
10:00-11:00	2	6	6	4	18
11:00-12:00	1	1	1	1	4
12:00-13:00	2	2	2	2	8
13:00-14:00	4	4	4	4	16
14:00-15:00	1	1	1	1	4
15:00-16:00					
16:00-17:00	1	1	1		3
17:00-18:00	7	9	9	10	35
18:00-19:00	5	10	7	9	31
19:00-20:00	2	4	5	5	16
20:00-21:00					
Total	37	54	55	55	201

Оптимизация рекламной кампании X

- Количество роликов в каждый день РК осталось прежним
- Ролики перераспределены в течение всего дня в зависимости от охвата аудитории
- С учетом стоимости размещения вне привычного прайм-тайма

	Неделя 1	Неделя 2	Неделя 3	Неделя 4	Total
08:00-09:00	3	6	5	6	20
09:00-10:00	5	5	7	7	24
10:00-11:00	2	3	5	4	14
11:00-12:00	3	2	1	3	9
12:00-13:00	4	4	4	3	15
13:00-14:00	4	7	7	5	23
14:00-15:00	2	4	5	4	15
15:00-16:00	1	1	1	1	4
16:00-17:00	1	3	3	4	11
17:00-18:00	6	11	8	8	33
18:00-19:00	4	7	7	8	26
19:00-20:00	2	1	2	1	6
20:00-21:00				1	1
Total	37	54	55	55	201

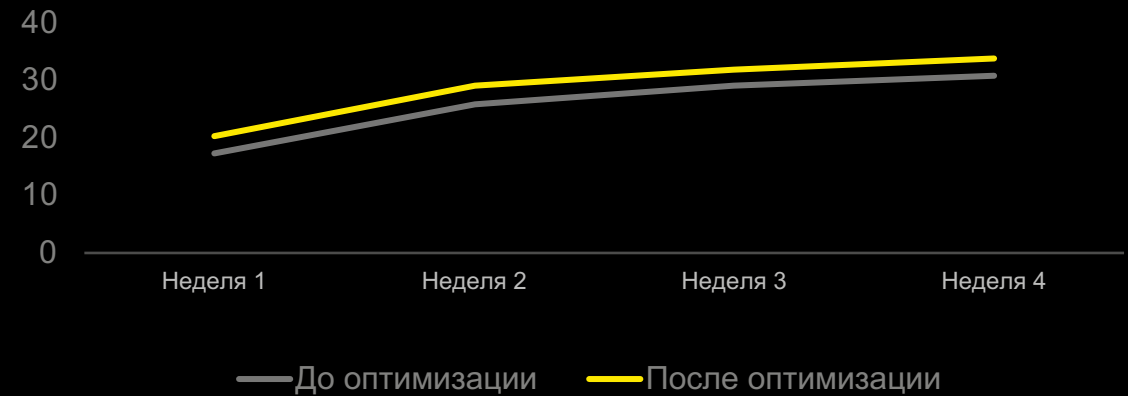
Результаты рекламной кампании: до и после оптимизации



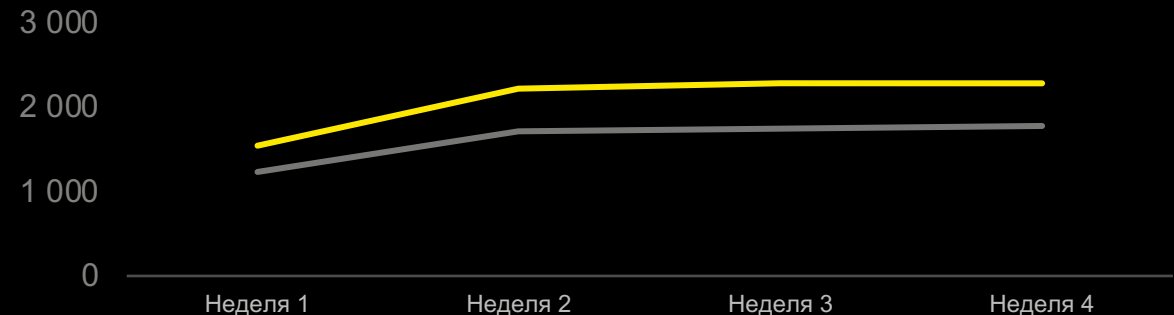
Результаты рекламной кампании: до и после оптимизации

- После оптимизации количество контактов увеличилось на 28%
- При достижении изначального количества контактов в оптимизированном плане бюджет РК уменьшится на 26%

Накопление охвата, %



Количество контактов



СПАСИБО!

