

WERBEERLÖSE FÜR REGIONALES RADIO

DROHEN OHNE AUTOMATISIERUNG LEERE KASSEN!?

Steht regionales Radio am Abgrund? Glaubt man den Orakelsprüchen vieler Analysten und Unternehmensberater, so steht dem Werbegeschäft für regionales Radio eine düstere Zukunft bevor. Das Werbegeschäft im regionalen Radio sei zu schwerfällig und träge, zu kleinteilig, zu unflexibel.

Lässt sich dieser Abwärtstrend umkehren? Ist es schon zu spät? Es gibt einen Weg aus der vermeintlichen Sackgasse. Ausgerechnet digitale Medien, die dem klassischen Radio den Platz streitig machen wollen, zeigen uns die Richtung: Automatisierung.

Die Automatisierung ermöglicht neue Angebotsformen, minimiert die Prozesskosten und erschließt neue Umsatzpotenziale. Der regionale Radioanbieter sichert sich durch die Automatisierung gleichermaßen den Zugang zum nationalen wie zu dem regionalen Werbemarkt. Buchungsplattformen, elektronische Marktplätze, vollautomatisierte datengesteuerte Werbekampagnen (Data Driven Advertising) und nicht zuletzt die Vernetzung mit der restlichen Medienwelt haben für die finanzielle Zukunft eines jeden Radiosenders definitiv eine große Relevanz.

Welches Potenzial erschließt sich durch die Automatisierung für den regionalen Radioanbieter? Worauf muss der Radioanbieter unbedingt achten?

Schenkt man den vielen Beratern und Futurologen Glauben, so ist die Zukunft des Regionalradios eher düster. Die Konkurrenz durch die digitalen Medien setzt dem Medium zu. Auch von einer Renaissance des Audiokanals scheint das regionale Radio nicht besonders profitieren zu können.

Doch ausgerechnet die digitalen Medien, die dem klassischen, altbewährten Medium den Platz strittig machen, können Radio den Weg weisen:

- Vielfalt bei der Gestaltung des Radioprogramms im Sinne einer „Audio Experience“, um die Gunst des Hörers wieder zu gewinnen.
- Flexibilität bei der Gestaltung der Werbeformen, die dynamisch, situativ und in Echtzeit angepasst werden können.
- Geschwindigkeit und Effizienz bei allen Prozessen rund um die Werbung.

Vielfalt, Flexibilität und Geschwindigkeit können im Radio und in Zeiten der digitalen Transformation nur gewährleistet werden, wenn alle Prozesse – Programmproduktion, Werbeverkauf und Werbeabwicklung – einer tiefgehenden Automatisierung unterzogen werden.

Die digitale Transformation verändert nicht nur die Geschäftsprozesse, sondern auch das Konsumverhalten der Hörer. Die Erschließung der durch die digitale Transformation entstehenden Möglichkeiten und die Berücksichtigung der sich verändernden Bedingungen sind für einen regionalen Radioanbieter von vitaler Relevanz.



Dr. Ing. Nico Aprile - Geschäftsführer / Managing Director aprile consulting GmbH

Ohne Automatisierung der Prozesse, keine digitale Transformation. Ohne digitale Transformation, möglicherweise keine Zukunft. Was kann also die Automatisierung außer „Kosten sparen“ für ein regionales Radio bewirken? Die Vielfalt in der Audioproduktion sowie die mehrfache Verwendung des Audio-Kapitals, folglich des eigenen produzierten Audiocontents, sichern vielfältigen Audiocontent und erschließen neue Umsatzpotenziale. Über IP-Audio kann der Radioanbieter den eigenen Hörern ein kuratiertes und gleichzeitig personalisiertes Audioprogramm anbieten. Dies schafft eine höhere Akzeptanz beim Hörer und ermöglicht neue Geschäftsmodelle. Die Automatisierung gewährleistet die Verfügbarkeit von vielfältigem Audiocontent und dem Hörerwunsch entsprechend dessen Einsatz in Echtzeit.

Auch die Verkaufsprozesse des Werbeinventars müssen sich den Anforderungen beugen, welche die digitale Transformation mit sich gebracht hat: Vielfalt, Flexibilität, Geschwindigkeit und Effizienz. Der Radioanbieter muss das eigene Werbeinventar nach den heute geltenden Maßstäben der digitalen Wirtschaft anbieten: Flexibel in der Gestaltung von Paketen und Konditionen, rund-um-die-Uhr verfügbar, mit Daten veredelt, dynamisch einsetzbar. Und dies idealerweise gleichzeitig über mehrere Vermarktungskanäle: national, regional und lokal. Es ist daher unabdingbar für den lokalen Radioanbieter lokal und gleichzeitig „global“ (also national) zu agieren und das eigene Werbeinventar bestmöglich zu vermarkten.

Die Dynamik dieser Prozesse bedarf deren Automatisierung – im Radiounternehmen selbst wie auch in der Interaktion zwischen diesem und seinen Partnern. Die Automatisierung ist folglich für jeden lokalen Radioanbieter längst eine Notwendigkeit geworden. Ihre Umsetzung erfordert Investitionen, die Bereitschaft zur Veränderung und den Mut, neue Wege zu gehen. Bereits heute.

KONTAKT

Dr. Ing. Nico Aprile

aprile consulting GmbH

Telefon: +49 40 41910699-0

E-Mail: contact@aprileconsulting.com

Web: www.aprileconsulting.com

DATENBASIERTE RADIOKAMPAGNEN



Audiospots

Bereitstellung vielfältiger Audiospots im Rahmen einer Werbekampagne. Beispiel: Fußballspiel

Spot1 - Niederlage

Spot2 - Unentschieden

Spot3 - Sieg



adremes
.added data

Daten

Daten in Echtzeit
„Das Schweizer Team gewinnt“



adremes
.target

Ausspielung des passenden Audiospots. Automatisch. Zeitgleich bei allen Radiosendern.



Spot1

Spot1

Spot1-Niederlage

Spot2

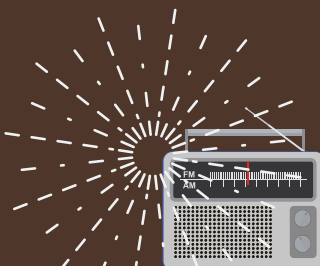
Spot2

Spot2-Unentschieden

Spot3

Spot3

Spot3-Sieg



EUROPAS ERSTE DATENBASIERTE RADIOKAMPAGNE

adremes und Swiss Radioworld machten es möglich: Seit der WM 2018 sind Radiokampagnen datenbasiert, vollautomatisiert und in Echtzeit ausspielbar.

Ab jetzt auch in Radio: Targeting dank Automatisierung der Buchungs- und Auslieferungsprozesse. Vorteil für Werbetreibende: Effiziente Werbekampagnen durch gezielte Werbebotschaften.

Die Targeting-Möglichkeiten basieren auf Daten, die vollautomatisiert und in Real Time bereitgestellt werden.

GEZIELTE WERBEWIRKUNG

Erhöhte Effizienz, erhöhte Aufmerksamkeit in Folge der Platzierung von Audiospots in relevanten Programmumfeldern.

Audiospots werden inhaltlich passend zu Themen (wie z.B. Urlaub) oder Ereignissen (wie z.B. Fußballspielen) automatisch gebucht und ausgespielt.



2 : 1



„Juventus Turin siegt gegen Ajax Amsterdam!
Das feiern wir mit Rabatten.“

UNSERE TARGETINGS

Ereignis-Daten



Wetter
(Regen, Sonne, Temperatur...)



Verkehr
(Stau, Baustelle...)



Sport
(Fußball, Eishockey...)



Gesundheit
(Pollen, Grippewelle...)

Kunden-Daten

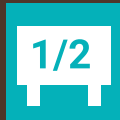


Spezialangebote



Marktforschung

UNSERE ANGEBOTE



A/B Targeting

Austausch des Audiospots je nach Ereignis (z.B. Sport-Endresultat)



Single Targeting

Buchung des Audiospots je nach Ereignis (z.B. Sonne oder Pollenflug)

MEHRWERT

+ Höhere Werbewirkung durch situative Platzierung des Audiospots

+ Storytelling passend zur Marke

+ Effiziente und dynamische Ausspielung des Audiospots



von 120 auf 10 Minuten

Automation spart Geld und Zeit.

Der bisherige Arbeitsaufwand pro Werbekampagne und Radiostation sinkt von durchschnittlich 120 auf 10 Minuten. (Vergleichszeitraum: 2018/2019)



46 %

Automation reduziert Streuverluste.

Die Zahl der nicht der Planung entsprechend ausgestrahlten Audiospots sank um durchschnittlich 46%. (Quelle: Spotseed/Adcontrol. Vergleichszeitraum Jan-Februar 2018/2019)



83 %

Automation sichert effiziente Kommunikation.

83% aller radiorelevanten Mediaagenturen nutzen das Portal mai und die Vorzüge der Automatisierung für die direkte Kommunikation mit Swiss Radioworld.



70%

Hohe Akzeptanz

70% der Schweizer Medienentscheider planen mit Data-driven Campaigns in Radio.

Maik Lenze

Director Sales

M: +49 151 426 133 93

maik.lenze@aprileconsulting.com



aprile consulting

SWISS
RADIOWORLD