

# 'Radiospot maakt reclamecampagne effectiever'

07-05-2012 00:00

Het gebruik van radio in de mediamix maakt een reclamecampagne effectiever. Dat blijkt uit een onderzoek van Ster en MarketResponse, zo schrijft Reclameweek online. Wanneer radiospotjes worden toegevoegd aan de campagne is er gemiddeld vijftien procent meer groei op spontane merkbekendheid. Daarnaast groeit de boodschapoverdacht met bijna veertig procent.

Uit de cijfers blijkt ook dat doelstellingen als imago en voorkeur groeien door het meenemen van radio. Daarnaast laat het laten aansluiten van je radio-uiting op je tv-commercial een groter effect laten zien op overwegen, voorkeur en koopintentie.

In het onderzoek zijn verschillende kijkersgroepen gedefinieerd. Het blijkt dat je bij elke kijkersgroep effect laat liggen als je radio niet inzet. Zowel bij de lichte als de gemiddelde tv-kijker is het inzetten van radio effectief voor bekendheids-, imago- en voorkeursdoelstellingen. Bij zware tv-kijkers wordt het extra effect alleen op bekendheidsdoelstellingen gerealiseerd.