

Fenómeno radiofónico

El medio de las ondas y su estrategia publicitaria

Texto: **Alberto Ramos Martín** / Director de Mercado y Desarrollo de Negocio de AtresMedia

Quisiera empezar esta reflexión haciendo una pregunta, ¿es posible posicionar una radio entre las principales radios de este país partiendo de la nada? La primera respuesta y la más lógica sería, es muy difícil (siendo optimistas) e imposible (si vemos el vaso medio vacío), pero la respuesta correcta es que en el panorama radiofónico nos hemos encontrado algún caso en el que esto se ha producido.

En un pensamiento rápido todos tenemos en la cabeza lo sucedido con los besos de una cadena de radio musical, para mucha gente fue considerado un éxito y un fenómeno radiofónico. Hagamos un poco de historia, destacamos que esa cadena partiendo de cien mil oyentes llegó a tocar el millón cuatrocientos mil, si nos quedamos con esto en eso podemos decir menudo "exitazo". Pero esto sería un análisis un tanto superficial, hoy proponemos ir un paso más allá en nuestro análisis, es cierto que es un éxito, pero ¿cómo has llegado?, ¿cuál es tu objetivo?, ¿puedes mantenerte en esos niveles? Hay que tener en cuenta que cualquier radio comercial debería buscar audiencia para vender publicidad, de esta manera si un soporte es atractivo para los anunciantes porque sus clientes o posibles clientes escuchan dicha cadena, esta logrará conseguir una parte importante de la tarta publicitaria, es decir la necesidad de la publicidad para poder seguir haciendo esa Radio. Lo complejo es buscar el equilibrio entre la publicidad y los contenidos, buscar nuevas fórmulas comerciales, involucrar a los locutores en esa labor comercial, que la publicidad sea percibida como una parte más del contenido...

En definitiva esto no sería el éxito completo, sería un éxito a nivel de contenidos y un lugar donde el anunciante obtiene lo que necesita, donde los productos de estos forman parte de esa cadena, pero esto hay que alargarlo en el tiempo, hay que hacer que la gente te siga escuchando, que los anunciantes te sigan confiando su comunicación, esto si que puede ser un "exitazo", puede ser fácil o difícil llegar, pero lo que seguro es muy complejo es mantenerse.

Hoy en día, este fenómeno lo tenemos muy cerca y a lo mejor poca gente lo tiene en mente. Volvamos a hacer un poco de historia, allá por el 2002 Europa FM empieza a formar parte del grupo Antena 3, era una radio de algo menos de cien mil oyentes, donde se empezó a trabajar muy duro para hacer de esta cadena no una cadena más, sino la cadena de referencia de un público concreto, un lugar donde la gente se sienta identificada, donde se vea reflejada, que te acompaña en tu manera de vivir la vida, esto es Europa FM, y la prueba de que estamos en esa línea es la audiencia, en poco tiempo esos cien mil oyentes se convirtieron en medio millón, de ahí se pasó al millón y medio, y ya hace tiempo que se superaron los dos millones. Pero eso no es todo, ya hemos visto que lo complejo es mantenerse, por eso hay que innovar y mejorar, pero ya llevamos dos años en esa audiencia, con una clara tendencia creciente, buscando y apro-

vechando las oportunidades que las nuevas tecnologías nos dan, estando presentes en la web, en los smartphones, en Twitter, y no solo estar por estar, en ese compromiso que tenemos con nuestra audiencia, estamos de un modo activo, siendo referentes en todas y cada una de las facetas.

Y eso no es todo, queremos acercar a la gente a lo que quiere, traemos los mejores conciertos y participamos en las mejores fiestas, buscamos la calidad continua apostamos por los consejos de una consultoría especiali-



“Cualquier radio comercial debería buscar audiencia para vender publicidad”

zada en Radio Musical, buscamos las sinergias de pertenecer a uno de los mayores grupos audiovisuales de este país que es Atresmedia, en definitiva, es una continua evolución...

¿Es esto el éxito?, ¿es esto una referencia?, o esto pasa a ser un fenómeno radiofónico y social. Que de la nada se pase a 2.000.000 de oyentes es un fenómeno que podemos considerar social, que no te quedes ahí y sigas creciendo hasta llegar a los 2.150.000 oyentes, que te mantengas en esos niveles, y sobre todo que la gente te valore, te siga tenemos 211.000 seguidores en Twitter, en Europa FM pero no es todo 131.000 en *Ponte a Prueba*, 65.000 en *Euroclub*, 57.800 en *Levántate y Cárdenas*, 25.000 en *Me Pones En Facebook*, Europa FM tiene 753.636 seguidores y en *Levántate y Cárdenas* tiene 321.556 seguidores, en definitiva un éxito.

Es un trabajo complejo pero apasionante, es la forma Europa FM de hacer radio, un lugar donde los oyentes están y los anunciantes pueden encontrar la mejor ubicación para sus productos y servicios, pero donde sobre todo, van a encontrar resultados, por eso apostamos por hacer partícipes a los anunciantes de este fenómeno, buscándoles las mejores ubicaciones para sus campañas, el poder prescriptor de nuestros presentadores y programas, la posibilidad multimedia de las nuevas tecnologías y un gran grupo audiovisual nos permiten, algo que no se puede encontrar en ninguna otra oferta, en definitiva, el mejor producto tanto editorial como comercial dentro de la Radio Fórmula. ✖