




SCENARI DI SINERGIE TRA RADIO LOCALI

ROMA, MARTEDÌ 24 MAGGIO 2011




I HAVE A DREAM...

Attuare sinergie concrete e fattive tra radio locali al fine di:

-  Reagire rispetto alla congiuntura economica che stiamo vivendo;
-  Competere con i giganti dell'emittenza;
-  Disporre di un'offerta qualitativamente migliore e più aderente ai gusti del nostro target.








+ 021

***China Martini soggetto Appartamento
di Armando Testa***

ATTENZIONE A QUEI CALZINI BIANCHI!

I nostri numerosi punti di forza talvolta rischiano di essere vanificati da “quei calzini bianchi” che mostriamo senza accorgercene ed i nostri punti scendono drasticamente!

Alcuni esempi di “calzini bianchi”:

-  Scarsa visione nel medio-lungo periodo;
-  Bassi livelli di budget a disposizione;
-  Attenzione verso il *fare immediato*.



I



RADIO



DAL PRIMO INCONTRO AL...MATRIMONIO

Noi vogliamo uscire da questo “confinamento”!!!

Come?

Avvicinandoci l'un l'altro, condividendo esperienze, confrontandoci per step successivi che alla fine conducano ad un matrimonio.

=

Rafforzamento della percezione della radio locale in ogni suo aspetto.



INTERVENTI OPERATIVI

Ipotesi di alcuni interventi operativi al fine di:

- 🌀 Generare efficienze di costi;
- 🌀 Condividere idee e conoscenze;
- 🌀 Accedere a risorse (umane e non) di qualità.

Modalità:

Backstage

On air



STEP 1

- 🎧 Formazione editori/rete vendita/fonici/speaker;
- 🎧 Scambi di visite nelle nostre radio;
- 🎧 Software;
- 🎧 Analisi dati di ascolto;
- 🎧 Organizzazione collettiva visite radio estere di successo;
- 🎧 Creazione database per ascoltatori e clienti;



STEP 2

- 🌀 Creazione sito web condiviso;
- 🌀 Scambio di contenuti semilavorati per i programmi;
- 🌀 Promozione del mezzo radiofonico in generale.
- 🌀 Analisi dei settori più performanti (es. top ten)






STEP 3

- 🌀 Scambio di voci per pubblicità;
- 🌀 Creazione di un database di testi e spot suddivisi per settore;
- 🌀 Centro creativo per i prodotti pubblicitari;
- 🌀 Analisi e piani di marketing per sviluppo nuovi prodotti.



STEP 4

-  Creazione di un brand che ci identifichi;
-  Condivisione di giochi a premio;
-  Condivisione di prodotti da trasmettere direttamente on air.



MI CHIEDI
CHI SONO...

