



Результаты исследования радиослушания

TNS Global Russia

Компания «Технологии социальных исследований»

г. Красноярск
зима 2013-2014

TNS Global зимняя волна 2013 – 2014 г.
 Генеральная совокупность:
 Daily Reach (тыс. чел) 520,3 тысяч человек – среднесуточное количество радиослушателей в городе Красноярске старше 12 лет;
 Daily Reach (%) 59,2% от общей численности населения города Красноярска старше 12 лет ежедневно слушали радио.

Авторитетное Радио

Аудитория радиостанции

	Авторитетное Радио	
	тыс.чел.	%
Daily Reach	101.6	11.6
Weekly Reach	223.5	25.4
Monthly Reach	274.1	31.2

Частота слушания радиостанции

	Авторитетное Радио	
	тыс.чел.	%
1-2 дня в неделю	111.7	12.7
3-4 дня в неделю	52.4	6.0
5-7 дней в неделю	59.4	6.8

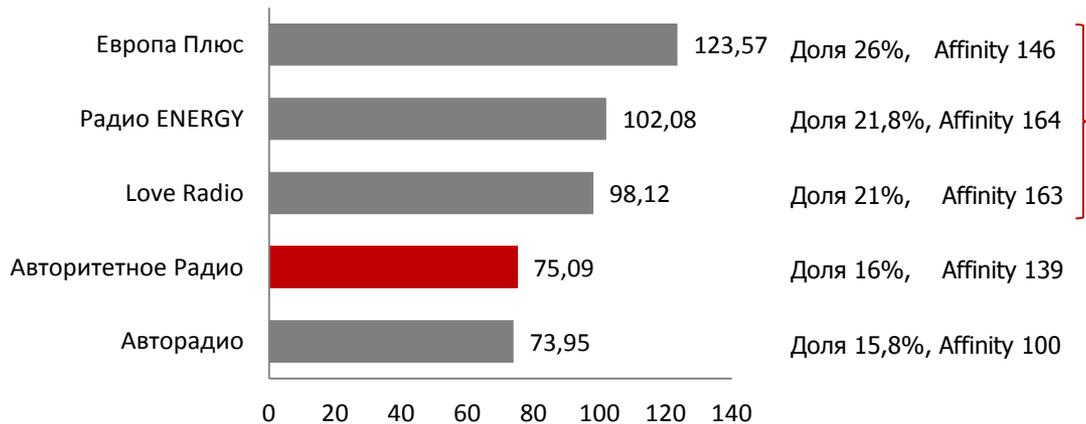
Пересечение аудитории радиостанций в сутки

В столбцах: сколько процентов и тыс. чел. соответственно от «вертикальной» радиостанции переключалось на «Авторитетное Радио»

	Авторадио	Business FM	Дорожное радио	Европа Плюс	ГТРК Красноярск	Комсомольская правда	Love Radio	Маяк	Наши Песни	Радио 99.1 FM	Радио Дача	Радио Romantika	Радио России	Радио Шансон	Радио ENERGY	Ретро FM	Русское радио	Серебряный Дождь	Юмор FM
Авторитетное радио %	29,1%	26,9%	28,3%	31,2%	22%	25,8%	34,3%	19,6%	29,2%	35,8%	21,1%	30,8%	19,5%	23,2%	35,8%	24,1%	32,5%	24,6%	28,5%
Авторитетное радио тыс.чел	40,4	13,1	30,6	49,7	2,7	4,9	38,9	11,2	12,9	15,9	28,6	16,6	7,8	27,1	41,8	30,5	27,0	13,7	30,4

В возрастном сегменте аудитории 12 – 39 лет наша станция занимает высокую позицию и входит в TOP-5:

*Красноярск, Daily Reach
Возраст 12 – 39 лет, в тыс. чел.*

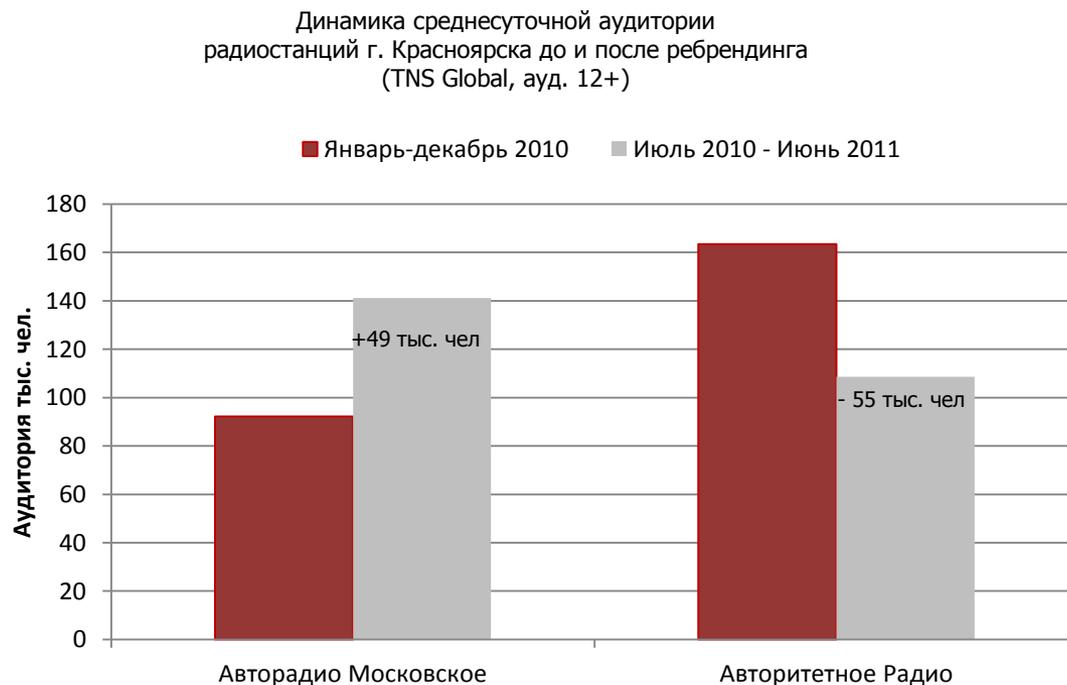


Affinity – индекс соответствия формата станции выбранному сегменту аудитории

Высокий Affinity трех верхних позиций означает высокую активность радиослушания более молодой (но менее платежеспособной) аудитории.

Необходимо отметить, что на результаты измерений до сих пор имеют воздействие последствия ребрендинга: в 2010 году произошла замена названия «Авторадио из Красноярска» на «Авторитетное радио» с одновременным заходом в город федеральной станции «Авторадио».

Так выглядели результаты измерения сразу после ребрендинга:



Видно, что слушатели при опросе произносили по привычке «Авторадио», хотя речь шла об «Авторитетном».

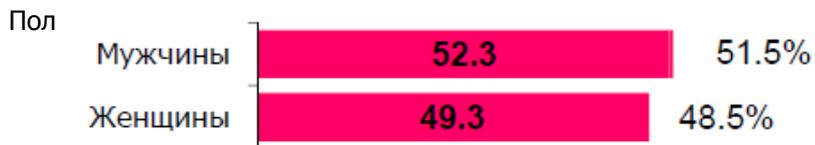
Данные компании «Технологии социальных исследований» зимой 2013 года подтверждают, что до сих пор существует смешение названий, несмотря на массивные промо-кампании нашей станции.

Такое смешение достигает 7% даже при опросах с уточнением названия, то есть, вероятность того, что опрашиваемые называют нашу станцию другим именем, существует, и она превышает статистическую погрешность измерений.

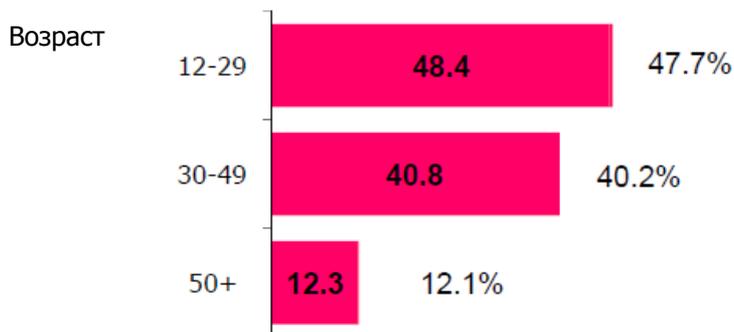
С учетом смешивания названий, можно говорить о существенно большей численности нашей аудитории

А вы как называете Авторитетное радио?

Социально-демографический портрет аудитории (Daily Reach)



	Affinity
Мужчины	116
Женщины	87



	Affinity
12-29	139
30-49	121
50+	38

График отражает социально-демографическую структуру аудитории радиостанции в городе за день (Daily Reach)

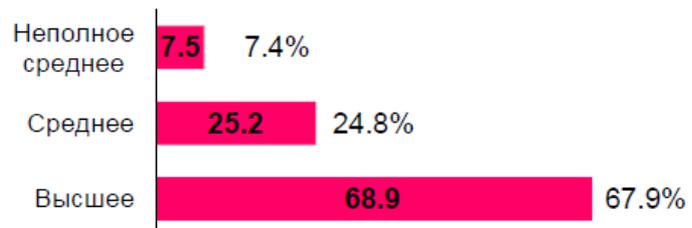
Среди слушателей Авторитетного радио 51,5% мужчин, что составляет 52 тысячи человек 48,5% женщин, что составляет 49,3 тысячи человек

12 – 29 лет: 47,7% или 48,4 тысячи человек
 30 – 49 лет: 40,2% или 40,8 тысяч человек
 50+ лет: 12,1% или 12,3 тысячи человек

Affinity отражает различия в социально-демографическом составе аудитории радиостанции и составе населения города. При Affinity Index от 90 до 110 явных предпочтений по данному признаку среди аудитории станции нет. Структура аудитории отличается от структуры всего населения, если значение Affinity Index превышает 100 (что говорит о том, что данная демографическая группа является типичной для данной радиостанции) а в случае, если Affinity Index ниже 90, это говорит о том, что представители данной демографической группы слушают эту радиостанцию реже других.

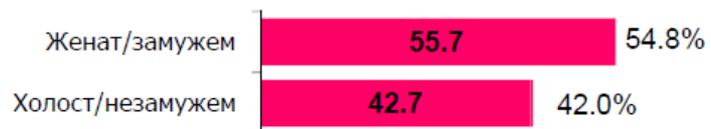
В нашем случае типичной группой слушателей являются мужчины, женщины слушают Авторитетное радио реже, Наиболее активные возрастные сегменты: до 29 и с 30 – 49 лет.

Образование



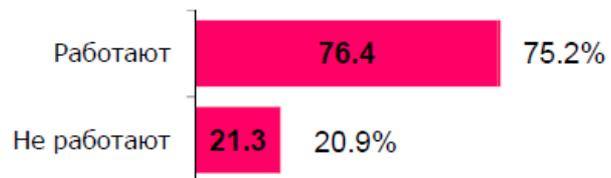
	Affinity
Неполное среднее	82
Среднее	63
Высшее	131

Семейное положение



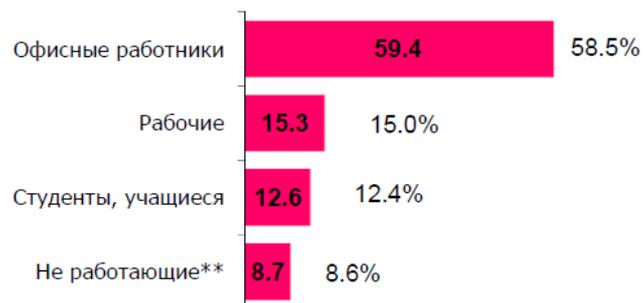
	Affinity
Женат/замужем	105
Холост/незамужем	96

Занятость



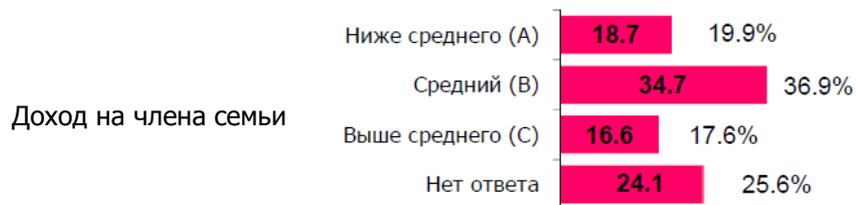
	Affinity
Работают	117
Не работают	67

Род занятий

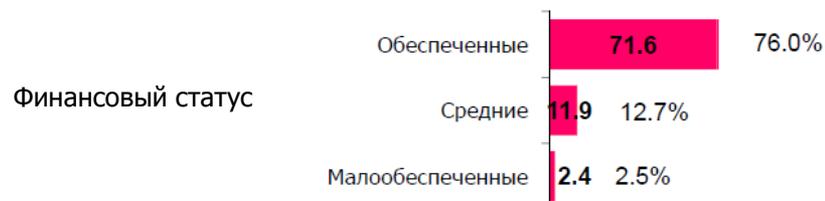


	Affinity
Офисные работники	139
Рабочие	77
Студенты, учащиеся	122
Не работающие	41

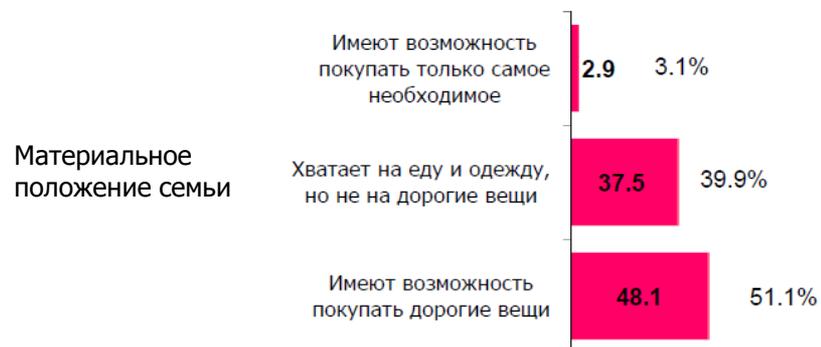
Социально-демографический портрет аудитории (Daily Reach)



	Affinity
Ниже среднего (А)	98
Средний (В)	116
Выше среднего (С)	134
Нет ответа	92



	Affinity
Обеспеченные	136
Средние	75
Малообеспеченные	41



	Affinity
Имеют возможность покупать только самое необходимое	40
Хватает на еду и одежду, но не на дорогие вещи	99
Имеют возможность покупать дорогие вещи	134

С учетом анализа данных, можно вывести следующий портрет:

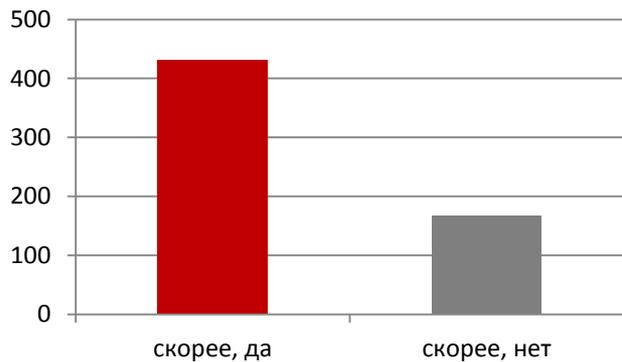
Авторитетное Радио предпочитают слушать молодые и среднего возраста мужчины, имеющие высшее образование, женатые, работающие, скорее, в умственной сфере, обеспеченные, имеющие средний и выше уровень дохода.

Как правило, эти люди являются активными потребителями и покупателями в таких сегментах рынка, как:

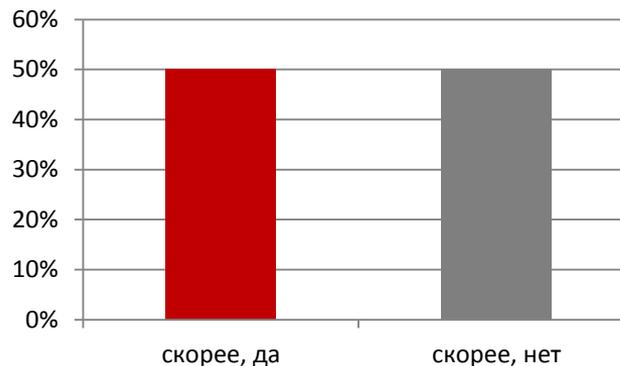
- Банковские услуги
- Автомобили, другие ТС
- Автосервисные услуги
- Недвижимость
- Товары для строительства и ремонта
- Мебель
- Бытовая техника
- Домашняя электроника
- Товары для загородного отдыха и туризма
- Брендочная одежда и обувь
- Мобильные телефоны и смартфоны
- Вычислительная техника: компьютеры и планшеты
- Аксессуары (часы, ювелирные изделия, галантерея)
- Авиабилеты
- Отдых за границей
- Детский сектор: товары, игрушки, развлечения, дополнительное образование, секции
- Заведения общественного питания (рестораны, кафе)
- Продукты питания
- Алкоголь

- Целью исследования было определение отношения активной радиоаудитории Красноярска к станции «Авторитетное Радио».
- Цели исследования:
 - Определить реальный процент аудитории, включающей «Авторитетное радио» вместе с прочими станциями;
 - Выяснить отношение слушателей к станции и ее продуктам.
- Для проведения исследования использовался метод анкетного опроса.
- Проведение опроса включало в себя две части:
 - Уличный опрос, проведённый по квотной выборке с учётом характеристик ЦА «Авторитетного радио»;
 - Онлайн-опрос;
- В ходе уличного опроса были получены ответы 309 респондентов.
- В ходе онлайн-опроса — 357 респондентов.
- *Респонденты в оффлайн-опросе выбирались в соответствии с традиционными правилами квотирования: структура выборки соответствует половозрастной структуре населения г. Красноярска в исследуемом сегменте.*
- Итоговый массив включает в себя ответы 600 респондентов.
- В данном исследовании делалось уточнение: если респондент отвечал «Автордио», уточнялось, имеет он в виду Авторитетное радио или федеральную станцию.
- И тем не менее, даже в случае уточнения, как минимум 7 % радиослушателей смешивают «Авторитетное радио» и «Автордио» при наличии прямого и явного разделения этих радиостанций в рамках методической процедуры проведения опроса.

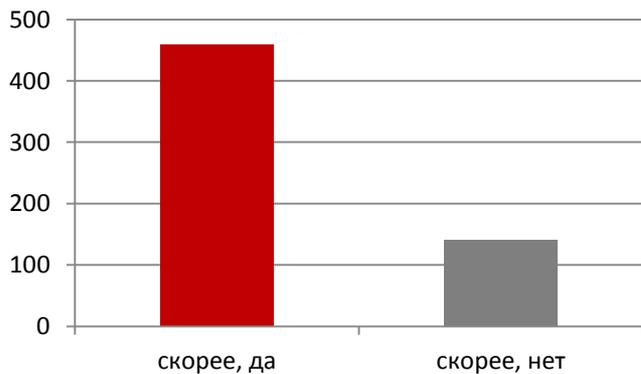
В автомобиле (чел.)



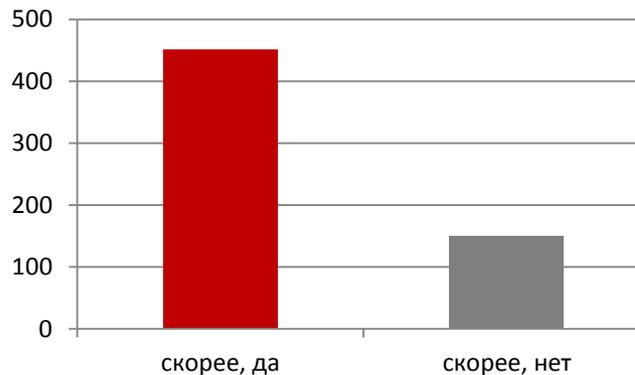
На работе, %



Включают не случайную, а определенную станцию (чел.)

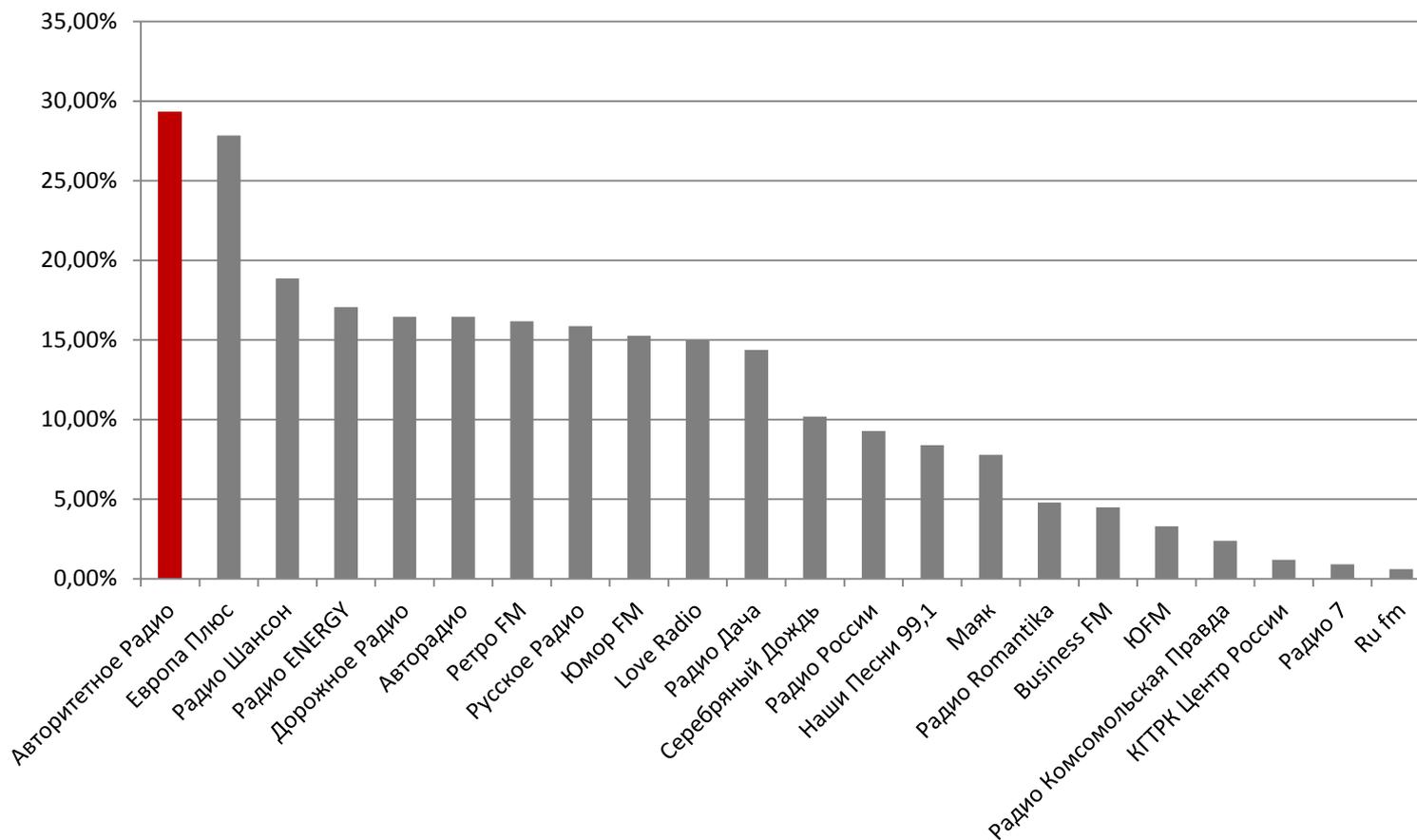


Слушают радио в пробках (чел.)



Частота включения

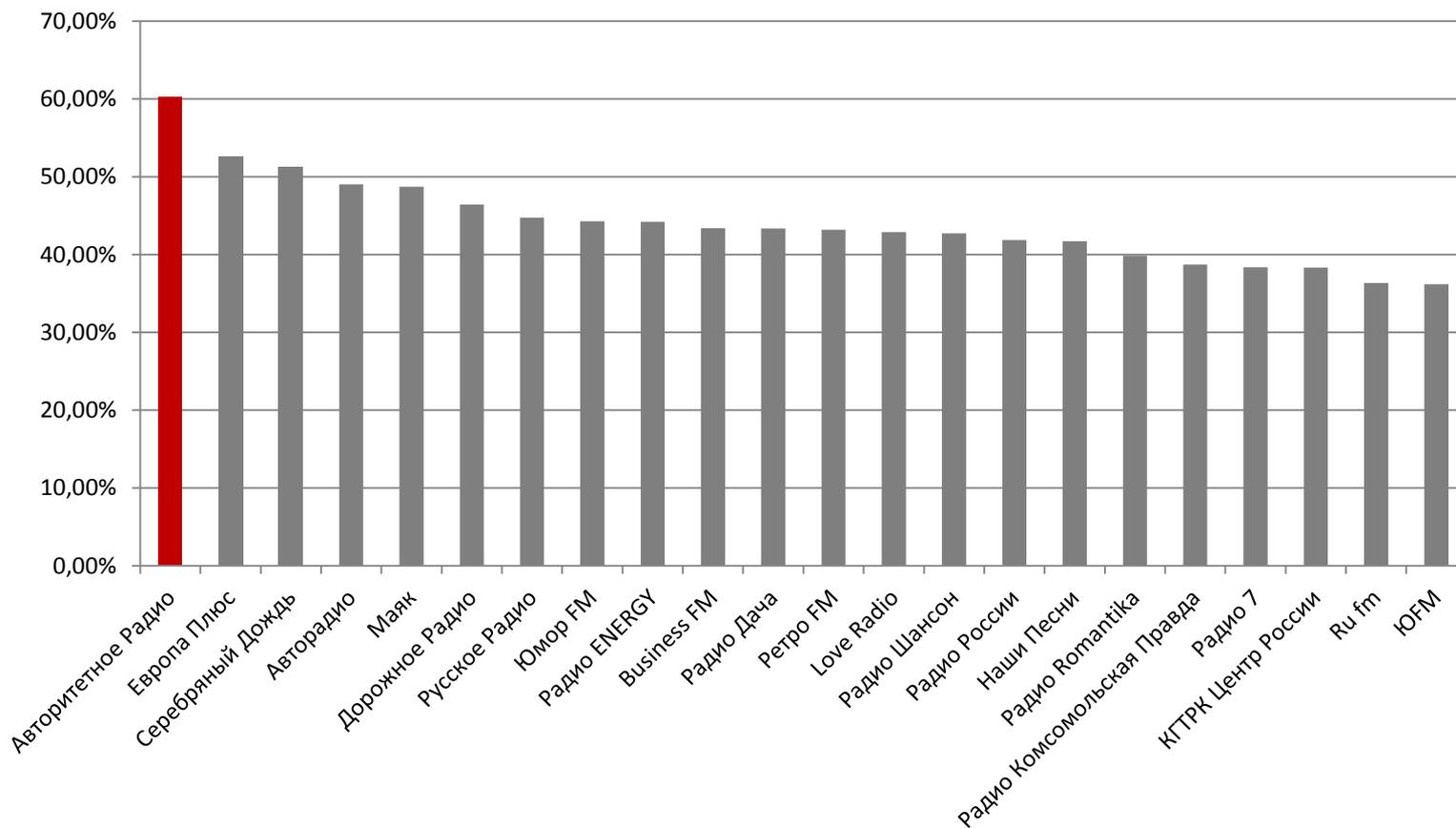
«Авторитетное радио» включают 29,3% опрошенных



Сумма общего распределения больше 100%, так как опрашиваемые указывали в графе «Часто включаемые станции» несколько радиостанций, которые они обычно слушают.

Доверие

«Авторитетное радио» лидер доверия радиослушателей – 60,23%

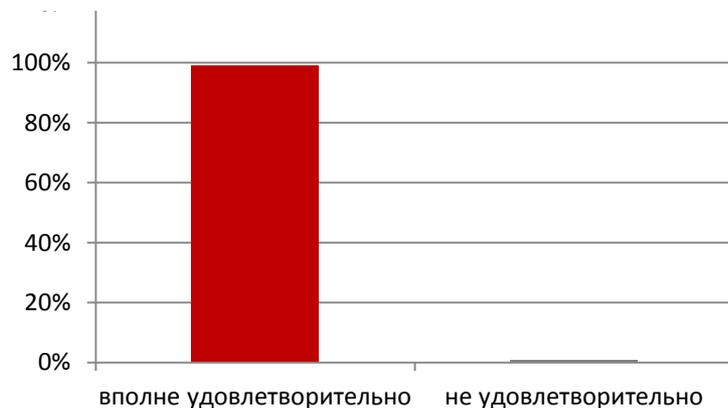


Видно, что средний рейтинг доверия конкретной радиостанции лишь в единичных случаях превышает 50%. К таким радиостанциям относятся «Авторитетное радио из Красноярска», «Европа Плюс» и «Серебряный дождь».

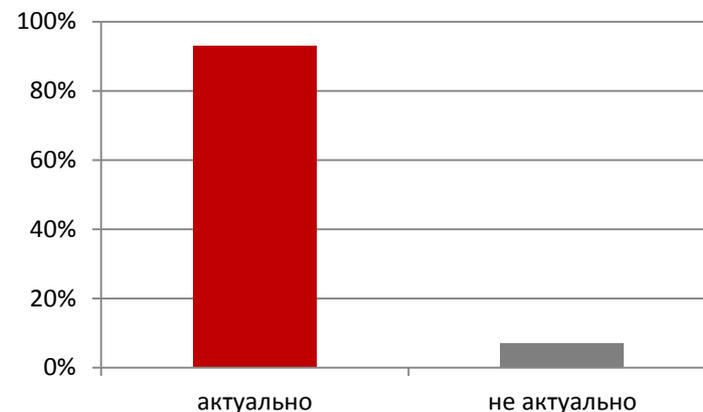
Оценка контента



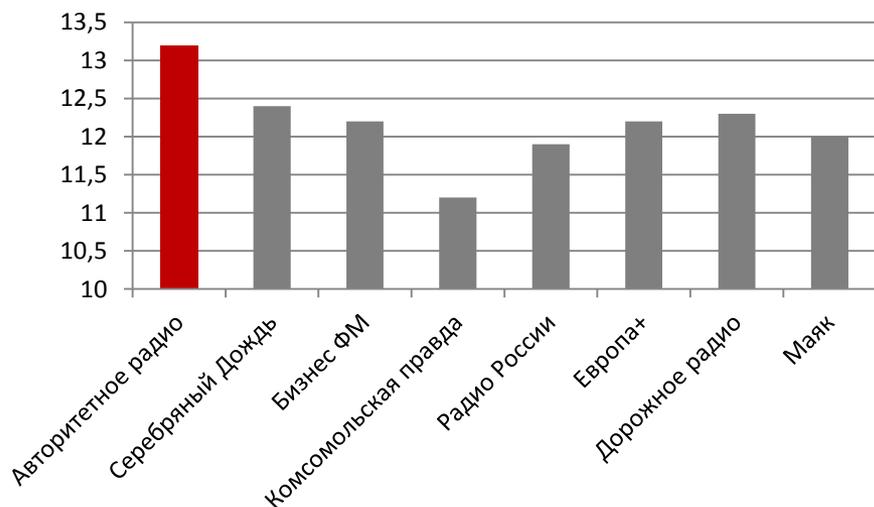
Оценка ведущих и тем программы «Метро»



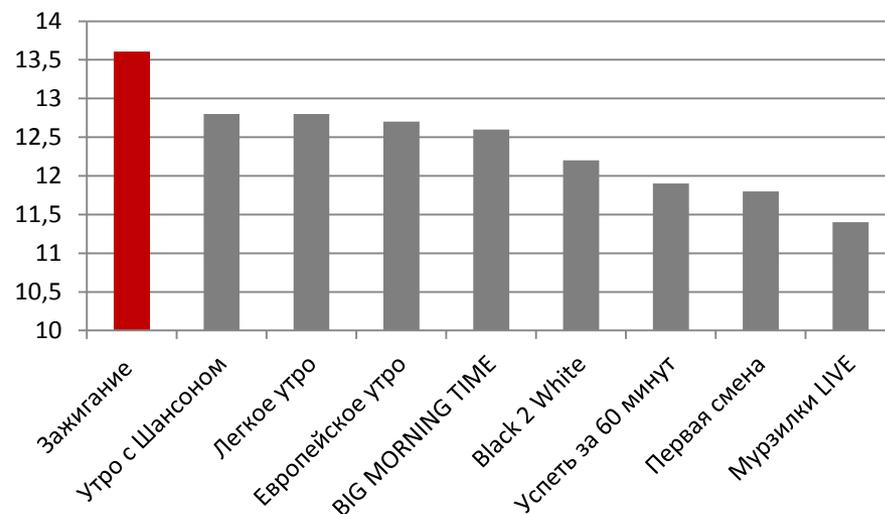
Оценка актуальности программы «Метро»



Средняя оценка новостных программ (содержание, подача, ведущие)

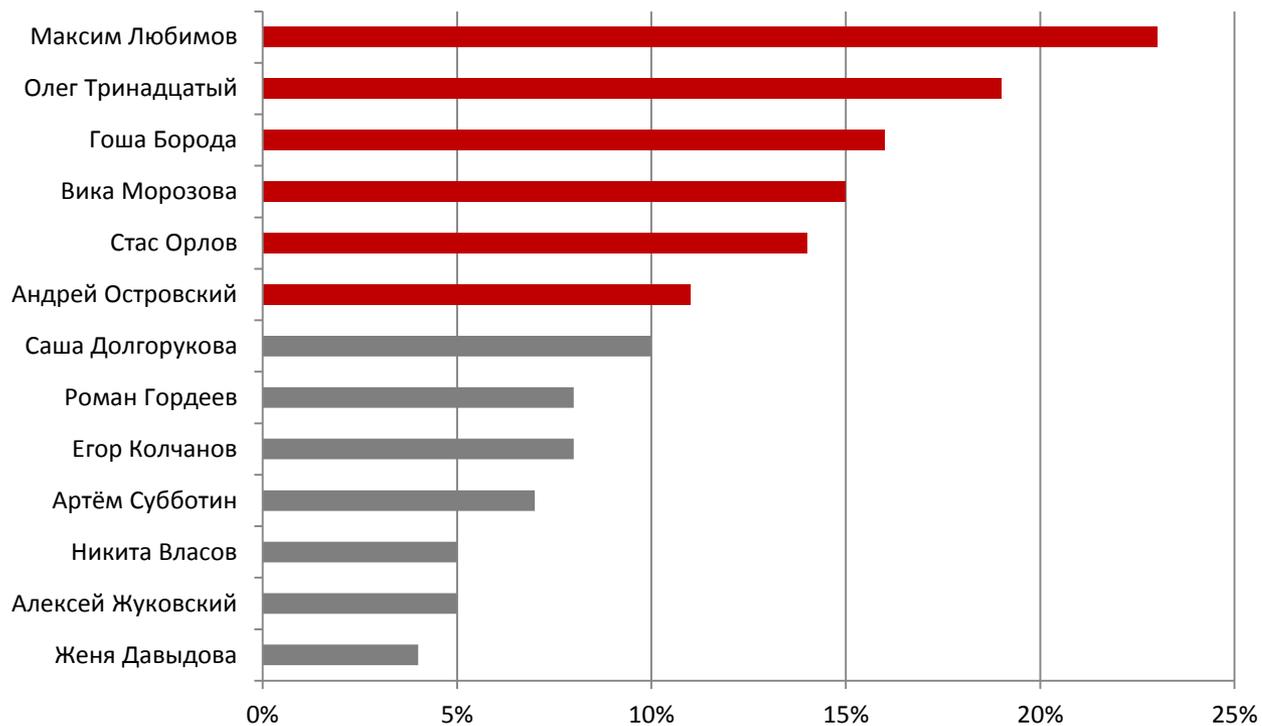


Средняя оценка утренних шоу (содержание, подача, ведущие)



Рейтинг известности ведущих радио

■ – ведущие и диджеи Авторитетного радио



- «Авторитетное радио» на первом месте по включениям среди радиостанций Красноярск: 29,33 %;
- Слушатели «Авторитетного радио»: преимущественно мужчины 51% (Affinity 116), 20 – 45 лет, с уровнем доходов средний и выше, с высокой покупательской активностью;
- «Авторитетному радио» доверяют наибольшее число слушателей: 60,23 % ;
- Радио слушают в автомобиле, в пробках – для структурирования времени в ситуации, когда другие способы недоступны или нереализуемы;
- Слушатели радио не «сёрфят» по частотам, большая часть опрошенных говорят о намеренном выборе конкретной радиостанции;
- Оценки программы «Метро» позитивны: слушатели высоко оценивают выбор тем, актуальность и подачу ведущими;
- Новости «Авторитетного радио» оцениваются выше всех в городе;
- Утреннее шоу «Зажигание» имеет самые высокие оценки слушателей;
- Ведущие и диджеи «Авторитетного радио» являются наиболее узнаваемыми аудиторией;
- Станция позиционирует себя как местная, своя, красноярская, вызывающая максимальное доверие жителей города.