

Как рекламодателите реагираха на петък, 13 март?

Радиопазарът преди и *след* въвеждането на извънредното положение.

(по данните от мониторинг на New Media Lab върху излъчванията на 27 радиоканала за месец март 2020

Какви са последните трендове?

Общ тренд е нарастването на радиореклама в следните категории:

почистващи препарати – дезинфектанти, сапуни, детергенти

имуностимулатори

пробиотици

лекарствени препарати

куриерски услуги

онлайн търговия

Категорията почистващи препарати - дезинфектанти , бележи ръст от 6 000% , спрямо началото на месец март.

Нараства радиорекламата на онлайн магазините. Рекламодателите обвързват радиорекламата с посещение на съответния сайт и покупки.

Радиорекламата на онлайн магазините е имала дял от 17% в категория Търговия за периода от 8 - 14 март 2020, а само за две седмица - в края на месец Март, техният дял нараства до 24 % в тази категория.

Рекламите на онлайн платформи за поръчка на храна са имали 23% дял от радиорекламата в сектор Хотели и Ресторанти за първата седмица „*след*“ и достигат дял от 37% в последната седмица на Март.

Рекламодатели, които обичайно рекламират само в онлайн среда, сега все повече се възползват от ефективността на радио рекламата и доста изгодните промоции на много от радиогрупите.

Хронологично нарастване на дял на радиореклами в категория Онлайн магазини спрямо обема на сектор Търговия, март 2020

