

Радио ЮНИТОН. Продолжительность прослушивания радиостанций, аудитория рекламных блоков

Источник данных: исследования MediaScore

База данных: Radio Index - Новосибирск. Январь - Декабрь 2018

Размер генеральной совокупности (тыс.): 1 385,2

Целевая база целевая группа: Население

Размер целевой базы (тыс.): 1 385,2

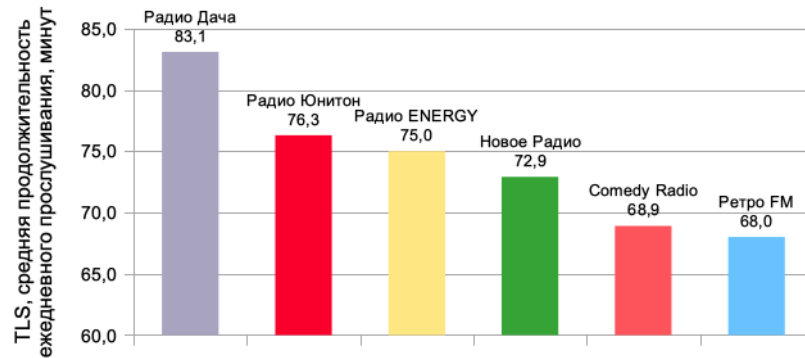
Размер целевой группы (тыс.): 1 385,2 Выборка: 2 810

Размер (%): 100,0%

Целевые медиа: Все станции

40% (334 тыс. чел.) слушают радио около четырех часов ежедневно, периодически меняя станцию, поэтому важно выделять те станции, которые слушают дольше всех.

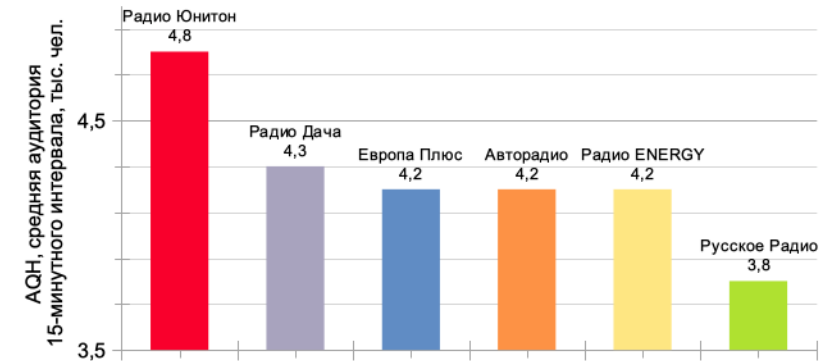
TLS, длительность прослушивания радиостанций в день (минут) шесть станций с наибольшим временем ежедневного прослушивания



	AQH	Reach Dly	TSL Dly
	тыс. чел.	тыс. чел.	МИН.
Все станции	153,1	824,6	267,3
Радио Дача	12,9	223,2	83,1
Радио Юнитон	7,5	142,1	76,3
Радио ENERGY	7,6	146,2	75,0
Новое Радио	2,8	55,3	72,9
Comedy Radio	5,4	112,3	68,9
Ретро FM	8,9	188,1	68,0
Русское Радио	5,8	133,6	62,9
Авторадио	10,5	244,6	61,8
Радио Шансон	7,9	187,6	60,8
Европа Плюс	8,0	193,0	59,4
Юмор FM	6,3	153,2	58,8
DFM	3,5	89,1	56,4
Дорожное Радио	5,9	152,6	56,1
Business FM	3,6	94,9	54,0

Чтобы выбрать станцию для размещения рекламы необходимо учитывать параметр AQH, так как именно он говорит о том, сколько тысяч человек гарантированно услышат рекламный ролик.

AQH, средняя аудитория 15-минутного интервала (тыс. чел.) шести радиостанций с наибольшей аудиторией в возрасте 25-50 лет и долей расходов на продукты питания менее 50%



	AQH	Reach Dly	TSL Dly
	тыс. чел.	тыс. чел.	МИН.
Все станции	66,3	334,7	285,2
Радио Юнитон	4,8	78,8	87,8
Радио Дача	4,3	81,6	76,0
Европа Плюс	4,2	93,0	65,0
Авторадио	4,2	97,9	61,5
Радио ENERGY	4,2	78,3	76,7
Русское Радио	3,8	75,1	73,7
Ретро FM	3,7	80,0	66,9
Comedy Radio	3,4	64,1	76,5
Юмор FM	3,2	71,2	65,5
DFM	2,4	55,7	63,3
Дорожное Радио	2,2	50,9	61,1
Радио Шансон	2,0	67,8	43,0
Новое Радио	1,3	27,0	70,0
Business FM	1,3	40,3	44,8