

## Радиореклама

Реклама, транслируемая по радио, так же сравнительно бюджетная для рекламодателя. К тому же часто постоянным клиентам радиостанций предоставляются скидки.

Реклама на радио имеет большое количество **преимуществ**.

В первую очередь - высокий охват аудитории. То есть эта реклама доступна для очень большого количества людей: её слышат утром при завтраке, по пути на работу в маршрутках\автомобилях, так же радиореклама крутится в развлекательных центрах, кинотеатрах, театрах и прочих часто посещаемых местах.

Как показывает практика рекламы, рекламные сообщения, которые озвучивают дикторы, лучше всего воспринимаются и усваиваются утром и вечером, когда организм человека расслаблен и тогда сознание лучше всего подвержено влиянию. Так же реклама на радио преимущественна тем, что она "живая". То есть, как бы идёт процесс общения рекламодателя с потребителем. Так же голос передаёт и отображает оттенки и нюансы, которые могут быть очень полезны для привлечения потребителя.

Но вместе с плюсами рекламы, транслируемой по радио, есть также и **минусы**. В первую очередь радио воспринимается людьми как приятный фон, и не всегда в него вслушиваются, что плохо влияет на донесение рекламного сообщения. Также рекламное сообщение очень короткое, что влечёт за собой плохую усваиваемость, и, как следствие, короткую «жизнь» сообщения. Потому оно требует повтора и соответственно вложения лишних средств со стороны рекламодателя. Так же сообщение может быть неправильно и непривлекательно передано потребителю. Практика рекламы показывает, что залог успешного восприятия зависит от первых десяти секунд трансляции рекламного сообщения.

