

RADYO İSTASYONLARININ VE REKLAMLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Hitay Yatırım Holding firmalarından Türkiye'nin en büyük izinli veritabanına sahip online araştırma şirketi **DORinsight** tarafından "**Radyo İstasyonlarının ve Reklamlarının Değerlendirilmesi Araştırması**" gerçekleştirildi. 6-10 Haziran 2013 tarihleri arasında online olarak yapılan araştırmaya; 70 ilden, 18 yaş ve üzeri **1002 kişi** katıldı.

İnternet ve cep telefonu üzerinden radyo dinleme oranı klasik radyo yayınından dinleme oranına yaklaşmakta

Araştırmaya katılan kişilerin %54'ü klasik radyo yayınından, %50'si internetten ve %40'ı da mobil/cep telefonu üzerinden radyo dinlediğini belirtmiştir.

Araştırmaya katılanların %15'i sadece MP3 ve MP4 üzerinden radyo dinlediğini belirtmiştir. Günümüz MP3 ve MP4 kullanım oranı düşünüldüğünde bu oranın düşük olması dikkat çekicidir. bağlı olarak bu cihazlar üzerinden radyo dinlediğini belirtenlerin oranı da düşüktür. (Araştırmaya katılanların %15'i)

Yaş ilerledikçe klasik radyo yayınından radyo dinleyenlerin oranı artarken, gençlerde radyo dinlenen istasyonlar daha çok internet ve cep telefonudur.

Erkekler arabada, kadınlar evde radyo dinliyor

Her 10 kişiden 4'ü radyoyu evde dinlediğini belirtmiştir. %26'sı arabada, %18'i işyerinde ve %14'ü de yolculuk sırasında radyo dinlediğini belirtmiştir.

Evde radyo dinleyenler genel olarak kadın, 18-25 ve 46 yaş ve üzeri, C1, C2 ve DE SES grubuna sahip olan kişilerdir.

26 yaş ve üzeri ve erkekler daha çok arabada radyo dinlemektedir.

Müzik için radyo dinleniyor

Araştırmaya göre, radyo dinleme nedenlerinin başında %88 ile müzik dinlemek yer almaktadır. Sırasıyla diğer radyo dinleme nedenleri; %42 haberleri dinlemek, %35 eğlenmek, %29 vakit geçirmek ve %28'i dinlenmektir.

Gençler genellikle eğlenmek, dinlenmek, vakit geçirmek, sohbet programlarını dinlemek ve yeni bir şeyler öğrenmek için radyo dinlemektedir.

Katılımcıların %57'si her gün radyo dinlemektedir.

Araştırmaya katılan kişilerin %57'si her gün radyo dinlediğini belirtirken, ortalamaya bakıldığında haftada 5 gün radyo dinlenmektedir.

Hafta içi ortalama 3,5 saat radyo dinlenirken, hafta sonu ortalama 2,5 saat radyo dinlenmektedir. Hafta içi ve hafta sonu radyo dinleyenler, özellikle 26-35 yaş ve C1 SES grubundaki kişilerdir.

Hafta içi sabah saatlerinde hafta sonu ise akşam saatlerinde daha fazla radyo dinleniyor

Katılımcıların %62'si hafta içi 06:00-12:00 saatleri arasında radyo dinlemektedir. 24:00-06:00 arası radyo dinleyenler ise erkekler ve 18-25 yaş arasındaki kişilerdir.

Hafta sonu ise sabah saatlerinde radyo dinleme oranı daha düşüktür. Genellikle öğle saatlerinden itibaren radyo dinleme oranı artmaktadır.

Radyo reklamları sıkıcı bulunuyor ve çok sık yayınlandığı düşünülüyor

Katılımcılara radyo reklamları ile ilgili bazı ifadelerle ne derece katıldıkları sorulmuş ve bu konudaki düşünceleri alınmıştır.

Kişilerin %75'i radyo reklamlarının çok sık yayınlandığını, %68'i radyo reklamlarını sıkıcı bulduğunu, %64'ü çok uzun sürdüğünü, %45'i eğlenceli olmadığını, %42'si güvenilir bulmadığını, %41'i samimi bulmadığını, %33'ü ise akılda kalıcı olmadığını belirtmiştir.

Her 10 kişiden 4'ü reklamlar yayınlandığında radyo istasyonunu değiştiriyor

Katılımcıların %41'i radyoda reklamı duyduğunda bir kısmını dinliyor ve sonra, başka radyo istasyonuna geçiyor, %29'u duyduğunda hemen istasyon değiştiriyor, %22'si tamamını dinliyor ve %4'ü ise radyoyu kapatıyor.

Radyo reklamlarını yaratıcı bulanların oranı %28'dir

Araştırmaya katılan kişilerin %29'u radyo reklamlarını yaratıcı bulurken, %27'si ise yaratıcı bulmadığını belirtmiştir. Geriye kalan kitle ise ne yaratıcı ne de değil şeklinde düşünmektedir.