

LA RADIO

Amplificateur de performances

Le 30 Novembre 2021, la commission publicité du Bureau de la Radio et Ekimetrics ont présenté la nouvelle étude sur les performances de la radio.

Cette étude a été réalisée par Ekimetrics, leader européen en data science avec +240 data scientists et +1 000 projets depuis 2006. Elle capitalise les 15 ans d'expérience d'Ekimetrics en exploitant un benchmark de plus de 500 modèles et des milliers de campagnes radio.

Cette étude permet d'identifier:

- La mesure d'efficacité de la Radio sur les ventes (R.O.I. & contribution) sur 4 secteurs (Automobile, Télécommunications, Produits de grande Consommation, Distribution)
- Les leviers clés à activer en Radio pour une meilleure efficacité

Les 6 enseignements:

1

**EN MOYENNE, 1€ INVESTI
EN RADIO GÉNÈRE 7,7€ DE CHIFFRE
D'AFFAIRES**

sur les 4 secteurs étudiés*:

Automobile, Télécommunications, PGC, Distribution



LA RADIO

Amplificateur
de performances

2

AUGMENTER LES INVESTISSEMENTS RADIO POUR UNE MEILLEURE CONTRIBUTION

90% des campagnes radio pourraient voir leurs investissements augmenter sans risque de saturation, c'est-à-dire en continuant à accroître leurs performances.

3

OPTIMISER L'EFFICACITÉ DES AUTRES MÉDIAS AVEC LA RADIO

La radio est un booster de performance quand elle est jouée avec d'autres médias, et elle gagne en efficacité avec d'autres leviers médias.

4

UN MEDIA INCONTOURNABLE POUR CIBLER LE B2B ET LES CLIENTS A FORT POTENTIEL

Dans 70% des cas, la radio est dans le top 3 des leviers les plus efficaces sur les cibles B2B.

Une augmentation du mix média avec plus de Radio augmente le ROI du dispositif pour toucher les cibles à forte valeur (*cibles à fort panier moyen*).

(BUREAU DE LA
RADIO)

Ekimetrics.

À propos du Bureau de la Radio (BDR) : Le BDR représente les 4 grands groupes radiophoniques privés : M6 (RTL, RTL2, Fun Radio), NRJ (NRJ, Nostalgie, Chérie FM, Rire et Chansons), Altice Media (RMC, BFM Business, BFM Radio), Lagardère News (Europe 1, RFM, Virgin Radio). www.bureaudelaradio.fr

Ekimetrics a été créé en 2006 et est aujourd'hui leader européen en "data science for business". La mission d'Ekimetrics est d'aider ses clients à auditer leurs opportunités data, enrichir leur capital analytique, et déployer des solutions permettant de maximiser leur performance marketing et opérationnelle.

À propos de la Commission Régie du Bureau de la Radio : la commission du BDR regroupe les Régies : M6 Publicité, Lagardère Publicité News, Altice Média Ads & Connect, NRJ Global, TF1 Pub

LA RADIO

Amplificateur
de performances

5

LA RADIO, UN LEVIER DRIVE TO WEB PERFORMANT

Dans les cas étudiés, la radio est 50% plus efficace que les autres leviers offline pour générer du trafic web et 40% plus efficace pour générer des ventes e-commerce.

6

L'EFFICACITÉ RADIO MAXIMISÉE AVEC DES MESSAGES PROMOTIONNELS OU EN FIL ROUGE

La radio confirme sa surperformance sur les promotions et les campagnes en fil rouge.

En effet, sur le secteur de la distribution, le ROI augmente de 40% avec des messages promotionnels, voire de 80% lors d'une offre à forte promotion. Sur le secteur des télécommunications, le ROI augmente de 60% avec des messages promotionnels, voire de 200% lors d'une offre à forte promotion.

Sur les secteurs étudiés, le ROI de la radio est plus élevé que le ROI moyen des autres médias sur les communications image en fil rouge.

Retrouvez l'étude complète sur www.bureaudelaradio.fr

Contact presse : contact@bureaudelaradio.fr

(BUREAU DE LA
RADIO))

Ekimetrics.

À propos du Bureau de la Radio (BDR) : Le BDR représente les 4 grands groupes radiophoniques privés : M6 (RTL, RTL2, Fun Radio), NRJ (NRJ, Nostalgie, Chérie FM, Rire et Chansons), Altice Media (RMC, BFM Business, BFM Radio), Lagardère News (Europe 1, RFM, Virgin Radio). www.bureaudelaradio.fr

Ekimetrics a été créé en 2006 et est aujourd'hui leader européen en "data science for business". La mission d'Ekimetrics est d'aider ses clients à auditer leurs opportunités data, enrichir leur capital analytique, et déployer des solutions permettant de maximiser leur performance marketing et opérationnelle.

À propos de la Commission Régie du Bureau de la Radio : la commission du BDR regroupe les Régies : M6 Publicité, Lagardère Publicité News, Altice Média Ads & Connect, NRJ Global, TF1 Pub