

# 1 SPONSORING:

- buduje wizerunek marki

- pozwała na długą aktywność na antenie i dużą częstotliwość przekazu

- pozwała na emisję przekazu reklamowego przy audycji powiązanej kontekstowo

- podtrzymuje świadomości marki

- buduje atmosferę zaufania do marki (marka występuje w otoczeniu cenionej marki stacji radiowej)

# 4 KONKURS:

- gwarantuje bliski kontakt z potencjalnymi klientami poprzez angażowanie słuchaczy w konkurs

- buduje pozytywne skojarzenia z marką – transfer wizerunku stacji radiowej na markę klienta

- buduje zaufanie i lojalności wobec marki

# 2 AKCJA SPECJALNA/EVENT:

- angażuje słuchaczy

- pozwała na wyjście marki na zewnątrz do potencjalnych Klientów

- buduje zaufanie do marki

- przekłada pozytywne emocje związane z eventem na markę

- daje możliwość prezentacji produktów podczas eventu

# 3 KAMPANIA SPOTOWA:

- buduje wizerunek klienta

- buduje świadomość marki

- działa prosprzedażowo

- silnie wspiera sprzedaż: przekazuje informację o produkcie, promocji, wyprzedaży czy ofercie specjalnej

- szybki przekaz komunikatu

- niedrogi przypomnienie o produkcie po dłuższej nieobecności