

# RADIOWE Q&A

## część II

### Co oznacza skrót GRP?

GRP (Gross Rating Point) to parametr mówiący o intensywności (sile) kampanii. Jest on iloczynem zasięgu całkowitego kampanii i jej częstotliwości.



### Dlaczego zsumowane punkty GRP z regionów są innej wartości niż na Polskę?

Zwyczajowo wskaźniki zasięgowe prezentuje się w odniesieniu do analizowanej grupy celowej, traktując ją jako 100%. W taki sposób są one prezentowane domyślnie w Radio Tracku. Sumując tak rozumiane zasięgi, dodajemy do siebie wartości odnoszące się do różnych, odrębnych zbiorów, co jest niepoprawne metodologicznie.



### Jaka jest różnica między radiem ogólnopolskim a ponadregionalnym?

Radio ogólnopolskie pokrywa swoim zasięgiem (mniej więcej) cały obszar Polski i dociera do 85-95 proc. populacji. Nadajniki rozmieszczone są w całym kraju tak, by przy podróży np. samochodem można było płynnie i bez utraty sygnału przemieszczać się między zasięgami nadajników. Przykładami takich stacji są RMF FM, Radio ZET czy Program 1 Polskiego Radia. Stacje ponadregionalne nadają program w kilku, kilkunastu, czasem ponad 20 wybranych miastach (w zależności od koncesji). Takimi stacjami są m.in. Radio TOK FM, Antyradio czy Muzo FM.



### O czym mówi wskaźnik „udział w czasie słuchania”? Czy można na jego podstawie wnioskować o liczbie słuchaczy?

Udział w czasie słuchania mówi, jaki procent czasu poświęconego na słuchanie radia przypada na słuchanie konkretnej stacji. Jeśli stacja X ma udział na poziomie 20% oznacza to, że co piąta minuta poświęcona na słuchanie radia przez Polaków przypada na Radio X.

Udział w czasie słuchania zależy od liczby słuchaczy danej stacji, średniego czasu słuchania i wyników stacji konkurencyjnych. Na jego podstawie nie można wnioskować o liczbie słuchaczy danej stacji.



### Ile stacji nadaje w Polsce?

Na falach FM (UKF) i w systemie DAB+ nadaje 300 rozgłośni radiowych. (stan na październik 2020)



# RADIOWE Q&A

## Dlaczego Radio Track to wciąż badanie deklaratywne? Przecież respondent nie może sobie przypomnieć, jakich stacji słuchał.



Deklaratywne badania słuchalności przy użyciu metody CATI (rozmowy telefoniczne) są standardem na większości europejskich rynków. Podczas wywiadu nie jest zadawane tylko jedno pytanie o słuchane stacje. Najpierw ustala się szczegółowo przebieg wczorajszego dnia respondenta – o której wstał, o której wyszedł do pracy, o której do niej dotarł itd., gdzie był w poszczególnych porach dniach, jakimi środkami lokomocji się przemieszczał. Dopiero po podzieleniu dnia respondenta na krótkie odcinki czasu zadaje się pytanie o słuchanie stacji. Respondentowi łatwiej jest przypomnieć sobie, jakiej stacji słuchał i o której godzinie, gdy skojarzy to z wykonywaną w tym czasie czynnością.

## Dlaczego wskazanie sponsorskie nie może być po prostu fragmentem spotu reklamowego?



Wskazanie ma wyłącznie informować o tym, kto sponsoruje audycję. Według ustawy i rozporządzenia KRRiT może trwać 8 sekund, nie może zawierać słów wartościujących produkt, usługę czy samą firmę oraz fragmentów spotu reklamowego. Zakazane jest wykorzystywanie tej samej muzyki, co w spocie reklamowym, a wielu nadawców sugeruje też, by stosować innego lektora. Należy więc unikać takich elementów dźwiękowych, przez które słuchacz miałby trudności z odróżnieniem wskazania sponsorskiego od spotu reklamowego tej samej firmy.

## Kiedy w radiu można reklamować alkohol?



W radiu możliwa jest wyłącznie reklama piwa i tylko w godz. 20:00-6:00. Przez cały dzień można natomiast emitować wskazania sponsorskie przy programach, które sponsoruje browar.

## Czy w ramach lokowania produktu (product placementu) można dowolnie zachwalać przedstawiany towar?



Nie. W ramach lokowania zakazane jest nadmierne eksponowanie produktu oraz zachęcanie do jego zakupu.

## Jaka jest różnica pomiędzy znajomością spontaniczną a wspomaganą stacji?



Znajomość spontaniczna określana jest na podstawie pytania „Jakie rozgłośnie zna Pan / Pani, choćby tylko z nazwy?”. W przypadku znajomości wspomaganiej, zadaje się pytanie: „Czy zna Pan / Pani, choćby tylko z nazwy, Radio X?”.