

Understanding is built through many messages

多くのメッセージが理解を作り上げた。

一つの真実だけでは理解は促進されない。

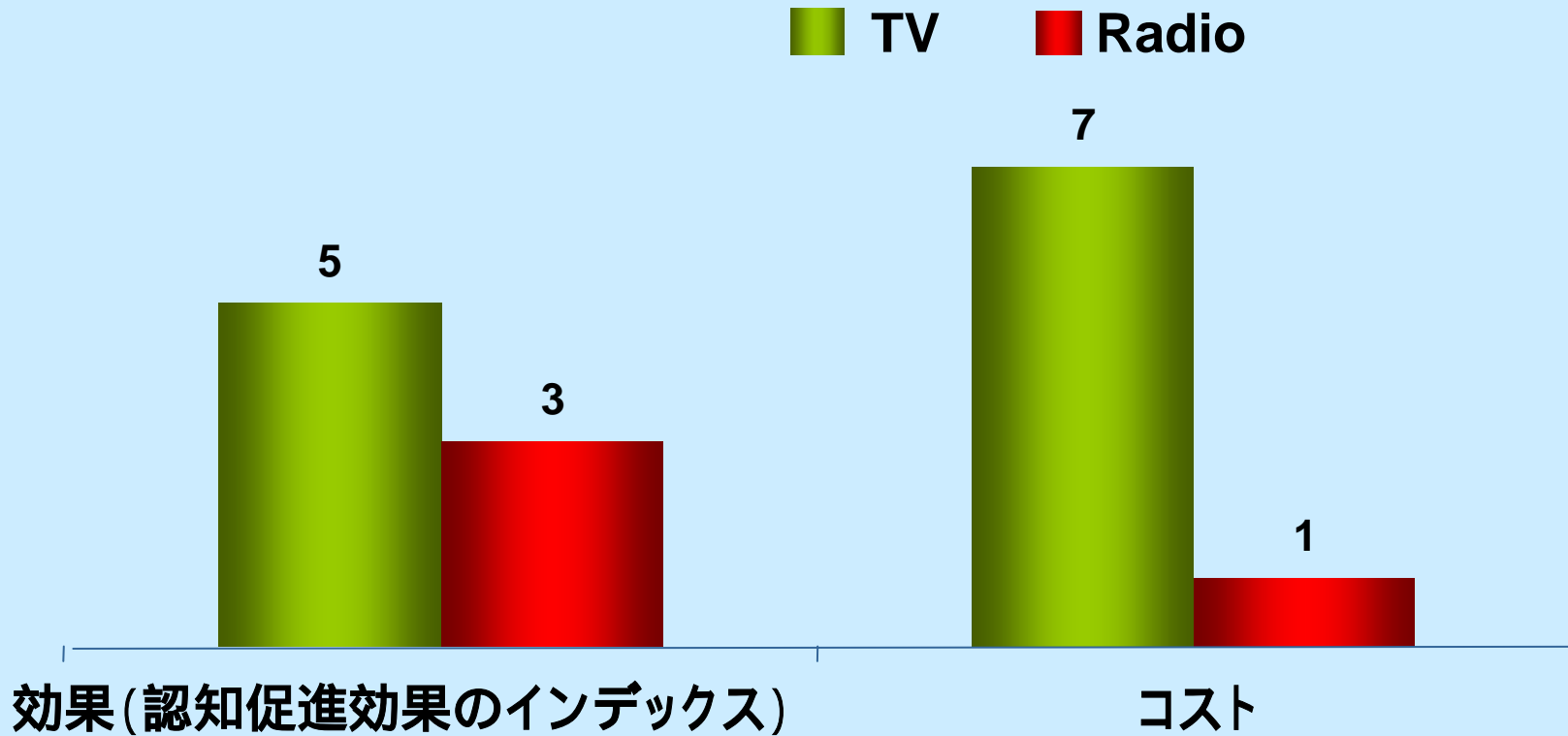
理解してもらうための「知識の固まり」を数多く。

この「知識の固まり」を頻繁に投げかけることが、
ラジオの再評価を作り出す。

「知識の固まり」 = *Nugget*

Nugget Example 1 - 「ラジオ・マルチプライヤー」

ラジオは認知を高めることにおいて、テレビよりもコスト効率がよい。



Nugget Example 2 – 「セールス・マルチプライヤー」

ラジオを広告プランに加えると、商品売上が平均で9%増加。



Nugget Example 3 - 300以上のラジオ成功事例



Nugget Example 4

「親密なメディア、ラジオ」の理解



Nugget Example 5 - メディアと接触者の関係図

私より大きい

自分



ラジオ

雑誌

全国紙

テレビ

屋外広告

私から
遠い

Nugget Example 7

ラジオは
「ブランドとの会話」
を可能にする
メディアである。



Understanding radio, the brand conversation medium

How radio can help establish better brand connections
with consumers.

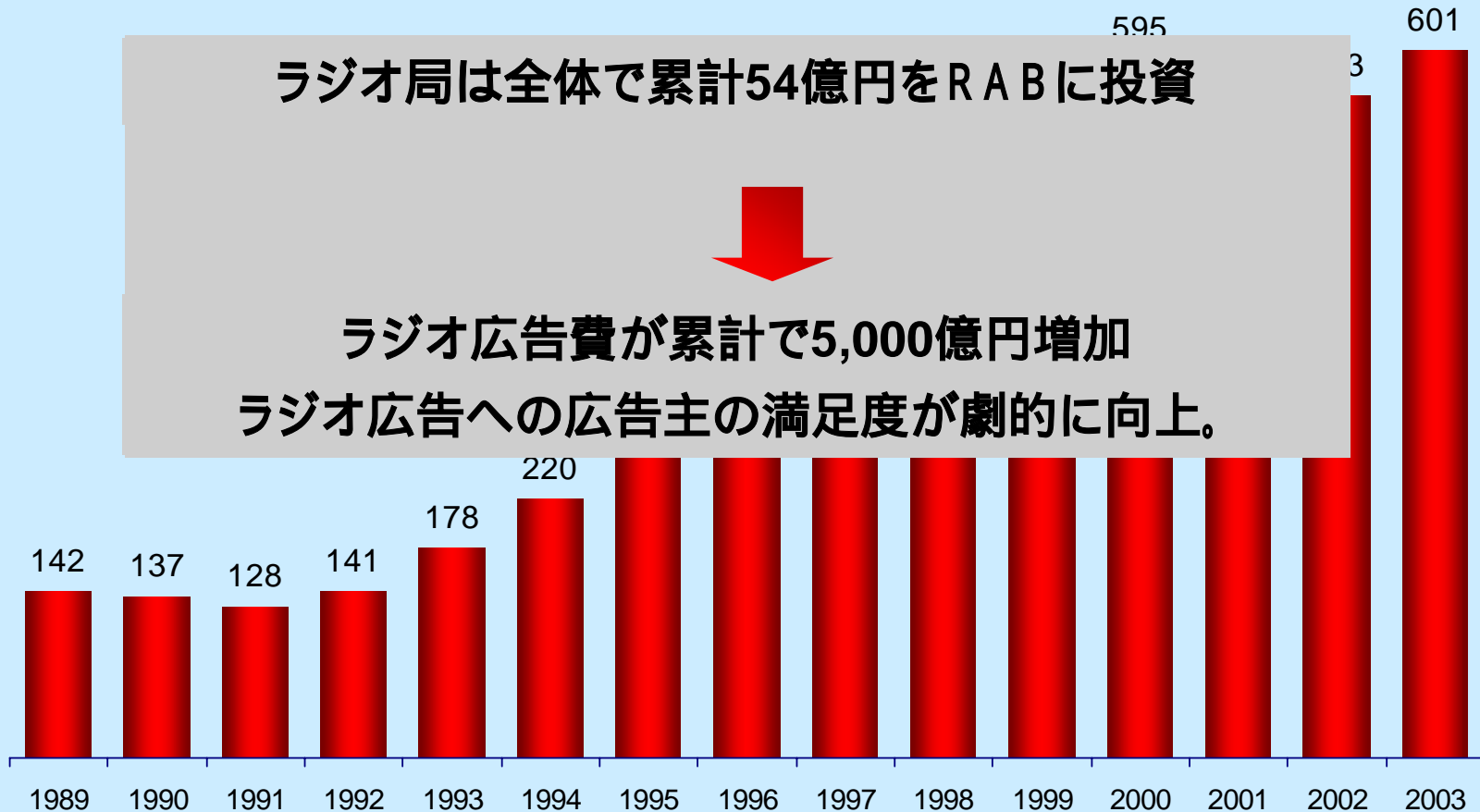


Where are we now? そして今…。

- 大手広告主はすべてラジオを使っている。
- 広告出稿業種上位はすべてラジオを使っている。
- ラジオは真剣に検討される広告メディア。7%シェア、10%目標
- ラジオ局の99%がRABに出資(スタート時は50%)
- RABもサービス範囲を拡大。
- RABはアドバイザーとしての信頼を確立。
- 広告主の、ラジオに対する姿勢の劇的な向上。

RAB return on investment

RABに対する「投資」の結果は・・・。



Last word from an Advertiser

“From our experience in the UK, I would encourage Japanese advertisers to use RAB-J to consider radio and better understand from RAB -J how radio can enhance your business results”.

Paul Philpott, Commercial Director of Toyota GB

広告主からの締めコメント

「私達のイギリスでの経験に基づいて、私は日本の広告主の皆さんが、ラジオを検討するときにRABJに相談されること、

そして皆さんのビジネスの結果を出すためにラジオが力になれることを、RABJを通して理解して頂けるよう、お勧めいたします。」

Paul Philpott, 英国Toyota 営業・宣伝担当取締役

Last word from an Agency

“Zenith Optimedia are regularly the largest radio buyers in the UK. We have found the UK RAB very useful in assisting our clients to understand how to use radio effectively.

As RAB-J are operating to the same principles as RAB UK, I encourage Japanese agencies to use RAB J as a radio advisor and to ask them to investigate any problems or questions they may have with radio”.

Anthony Young, Chief Executive
Zenith Optimedia UK

広告会社からの締めコメント

**「ゼニス・オプティメディアは、イギリスで最もラジオ広告取引を行っている
広告会社です。**

**私達は、広告主がラジオの効果的利用を理解するために、
イギリスRABが大きな役割を果たしていることを認めています。**

**RABJが、イギリスRABと同様の原則で仕事を始めると聞きました。こ
のため、私は日本の広告会社の皆さんも、RABJをラジオの アド
バイザーとして使い、ラジオに対する問題や疑問をRABJとともに相談し
ながら解決していかれることをお勧めします。」**

Anthony Young, 英国Zenith Optimedia 代表

Douglas McArthur's last word

"I encourage Advertisers and Agencies to make use of the RAB-J team, and find more effective ways of using radio.

I encourage all radio stations to support Mr Mano and his team in the RAB-J initiative.

Good luck to RAB-J in helping advertisers use radio effectively"

私、ダグラス・マッカーサーからの締め言葉

「私は、日本の広告主・広告会社の皆さんが、RABJチームをどんどん利用して、ラジオをより効果的に使うための方法を見つけていただきたいと思います。」

そして、日本のすべてのラジオ局の皆さんに、RABJの真野さんと、彼のチームをサポートしていただきたいと思います。」

「広告主によるラジオの効果的利用をサポートする上で、RABJのご活躍をお祈りします。」