
Lo que las Mujeres Quieren

Secretos para Mejorar Nivel de Audiencia

Informe realizado por Arbitron

www.arbitron.com

Traducido y presentado por el Comité de Radio

www.comitederadio.com.pe

New York.- Una nueva investigación realizada por Arbitron y Joint Comunicaciones ofrece a la radio una perspectiva diferente acerca de las preguntas habituales sobre Lo que las Mujeres Quieren

Este estudio está basado en los resultados obtenidos de las entrevistas a más de 1000 mujeres, cuyas edades fluctúan entre los 18 y 54 años y que escuchan principalmente radio.

Revelaciones del Estudio

- 1. Las mujeres demandan a la radio una relación familiar y amical.** Ellas gustan de poder escuchar la radio junto con sus hijos, con la oportunidad de escoger o cambiar el dial si la programación no es apta para los más menores. La preocupación de las mujeres cuyas edades fluctúan entre 18 y 24 años gira en torno acerca de lo que sus hijos pequeños pueden oír. Demostraron poca tolerancia a programas o anuncios violentos.

- 2. Many see contests as a tune-out factor.** Cuarenta por ciento de las radioescuchas no le interesa ningún concurso. Un tercio piensa que los concursos son divertidos si no juegan. Las estaciones que promueven concursos tienen que reconsiderar si son competentes en la presentación o desarrollo de sus programas concursos para que puedan alcanzar al sector.

3. **El número de razones por las cuales cambian de emisora es por un excesivo número de comerciales.** Las estaciones necesitan analizar el exceso de comerciales con que cargan a menudo su programación y recordar el valor de la creatividad.

4. **Sin tener en cuenta la edad, ni el formato, las mujeres señalan que la emisión de su música favorita es un factor preponderante para elegir una emisora.** Primero que todo, las radioemisoras necesitan examinar la música exacta para el público correcto. La mayoría de mujeres pasean por el dial en busca de las canciones y artistas con los cuales se identifican. En resumen, para la mujer es más importante la música que un DJ divertido.

Además, las mujeres mencionaron que los reportes de noticias son una de sus cosas favoritas sobre la radio. De hecho mas mujeres mencionan noticias que personalidades. Entonces tocar musica favorita de las oyentes mujeres y manteniéndolas informadas no son cosas mutuamente excluyentes.

- 5.- **Las radioemisoras necesitan entender por qué las oyentes están sintonizados y por que no.** Las mujeres generalmente calzan dentro de uno de los nueve grupos de estilos de vida que está con la música conectada: seguidoras del humor, las optimistas, las adictas a la información, las risueñas y jugadoras; las preocupadas, las pobres y coléricas, las sólo fanáticas de la música; las fanáticas del deporte y las solitarias. Las mujeres también calzan en uno de los tres grupos que no sintonizan la radio: las que no tienen tiempo para escuchar y odian los

concursos; las que nos les gustan una mala canción y el exceso de publicidad; las que odian el contenido o información sin sentido. El seguimiento de este estudio lo podrán encontrar próximamente en la pag web. de Arbitron.

- 6.- Las mujeres que son oyentes frecuente son flexibles frente a todas las facetas o contenidos que puede ofrecer la radio, incluyendo DJs, concursos y su música favorita.** Dichas mujeres ven a la radio como un compañero fiel y leal. Este grupo es un valioso objetivo de las agencias y anunciantes porque invierten una gran cantidad de tiempo escuchando radio, e incluso influye al momento de tomar una decisión.

John Parikhal, CEO de Joint Communications, empresa especializada en estrategia de medios, señala que “con más mujeres trabajando y controlando los aspectos económicos, la industria radial necesita examinar y evaluar con cuidado como puede acercarse a este valioso grupo de escuchas. Para obtener el éxito, las radio tiene que ser ese colega que ofrece un balance entre las actividades familiares y de trabajo, satisfaciendo sus necesidades de escuchar una buena música y mantenerse informada.