

Casos de Éxito

Investigado por Radio Advertising Bureau (RAB)

Traducido por el Comité de Radio

Categoría: *Agencias de Publicidad*

Mercado: *Florence, Carolina de Sur*

Emitido por: *WMXT-FM*

Cliente: *Agencia de Publicidad Harnett & Foster*

Situación: Actualmente existen múltiples opciones para que los anunciantes puedan elegir entre lo que les ofrece los medios de comunicación. A menudo, la Agencia de Publicidad Harnett & Foster de Florence, en Carolina del Sur, recibe el encargo desafiante de examinar y elegir entre estas opciones. Ellos se encargan de asegurar todos los detalles para los clientes que desean anunciar en la televisión, la prensa, la radio y otros medios que se desarrollan al aire libre.

Objetivo: El objetivo principal de la Agencia de Publicidad Harnett & Foster es maximizar las oportunidades y posibilidades de éxito de sus clientes. Y esto lo logran invirtiendo los dólares de sus clientes en los medios de comunicación que les proporcionarán los mejores resultados.

Campaña: Harnett & Foster utiliza en forma consistente las estaciones de radio WMXT, WWFN y WBZF de Florence para dirigirse a distintos segmentos de la población del este de Carolina del Sur, a los que desea hacer llegar su mensaje. Robert Harnett, presidente de Harnett & Foster, dijo al respecto: "Radio La Combinación 102 (WMXT) llega a las mujeres, mientras que radio Diversión 100 (WWFN) tiene una audiencia compuesta por adultos de ambos sexos entre 25 y 54 años, y radio El Zumbido (WBZF) se caracteriza por oyentes cuyo nivel de ingresos está muy por encima del promedio".

Resultados: Harnett & Foster se han mostrado muy complacidos luego de su experiencia anunciando en radios WMXT, WWFN y WBZF. Al respecto, Harnett dijo: "Harnett & Foster creen mucho en el poder de la radio, y hay una buena razón por la que invertimos millones de dólares anualmente en este medio. Y funciona para nuestros clientes a lo largo y ancho de toda Carolina del Sur. Nos gusta su capacidad de dirigirse a audiencias específicas. Nos gusta la producción de la publicidad a bajo costo. Nos gusta también el valor agregado, y muy especialmente los resultados que conseguimos".

Categoría: *Agencias de Publicidad*

Mercado: *Du Bois, Pennsylvania*

Emitido por: *WDSN*

Cliente: *Conceptos de Marketing Precisos*

Situación: Uno de los principios básicos de la publicidad consiste en saber dónde y cuándo gastar el presupuesto generalmente reducido que se destina a promoción. Es por ello que Paul Ash, veterano en publicidad, con 18 años en el campo y perteneciente a las filas de Conceptos de Marketing Precisos, confía en la radio para que sus clientes obtengan los resultados que necesitan. Conceptos de Marketing Precisos trabaja en la región de Du Bois, Pennsylvania, a través de dos oficinas y programas completos de publicidad.

Objetivo: Si bien cada campaña es única, Paul afirma que la mayoría de los clientes busca concientizar al público respecto a la presencia de su producto o servicio en el mercado, lograr una participación activa y cuantificable en éste, y mayor cantidad de ventas. Ash utiliza a la radio como el medio principal en la mayoría de las campañas que diseña pues este medio le permite dirigirse en forma precisa a la audiencia a la que se quiere llegar y también porque la radio le proporciona los mejores resultados a su inversión en dinero.

Campaña: Conceptos de Marketing Precisos prefiere una programación de anuncios de alta densidad en la radio, a menudo complementados con avisos en la prensa o en otros medios, para así llevar a los hogares un mensaje determinado y atraer a los clientes. Entre sus clientes se encuentran vendedores de autos, tiendas minoristas, guarderías y otros negocios que se desarrollan en el área. Paul Ash se las ingenia para adecuar cada campaña a las necesidades específicas del clientes, pero no deja de incluir la publicidad en la radio en la combinación de medios que propone a sus clientes.

Resultados: Paul Ash afirma que a través de la radio consigue resultados confiables y con inversiones efectivas para sus clientes... y es por ello que continúa recomendando las campañas de radio dirigidas a públicos específicos. Como ejemplo menciona el caso en el que la radio ayudó a que un vendedor de autos lograra un incremento del 27% en sus ventas. También recuerda otra campaña de radio en la que una casa de reposo para

CASOS DE ÉXITO

Comité de Radio

ancianos logró llenar sus vacantes e incluso –por primera vez- tener una lista de espera. Este hombre con gran experiencia en publicidad definitivamente conoce muy bien lo que funciona, y es por ello que utiliza la radio.