



NARODNI RADIO

Tržište

Hrvatsko tržište radijskih programa izuzetno je bogato sa 156 radiopostaja na nešto više od 4 milijuna stanovnika. Po tome je segment radio difuzije u Hrvatskoj razvijeniji od većine europskih zemalja mjereno *per capita*, a njihov broj i dalje raste, što predstavlja izuzetno dinamično okruženje. U ukupnom broju postojećih radiopostaja šest je s nacionalnom koncesijom, 20 sa županijskom i 130 s lokalnom ili gradskom koncesijom. Na nacionalnoj razini emitiraju se tri radijska programa Hrvatskog radija (u sustavu HRT), jedna radiopostaja koja pretežno emitira vjerski program, a dvije su privatne komercijalne radiopostaje, od kojih je jedna Narodni radio. Posebnost Narodnoga radija je u tome što emitira samo domaću glazbu - „100% domaće“, informativni program s posebnim naglaskom na servisnim informacijama te vijesti iz gospodarstva, kulture i sporta. U doglednom će vremenu broj radiopostaja i dalje rasti, a posebno na gradskim razinama. To znači da će stroga programska profilacija, stalno prilagođavanje željama i novim potrebama slušatelja, tehnička i tehnološka unapređenja biti i u budućnosti glavna poslovna strategija tržišnog ponašanja.

Dostignuća

Narodni radio je najslušanija i najpopularnija radiopostaja u Hrvatskoj i stvarni tržišni lider. Istraživanja slušaniosti svih nezavisnih agencija za istraživanje tržišta pokazuju njegov primat. Ovisno o veličini uzorka i metodologiji istraživanja njegov prosječni udio iznosi 17 % tržišta, dok je na drugom mjestu Hrvatski radio I. program sa 12%, a treći Otvoreni radio s 10% udjela u ukupnoj populaciji, odnosno u populaciji staroj između 12 i 74 godine.

Iako različite agencije za istraživanje tržišta primjenjuju različite metodologije pa i brojke variraju po pojedinim izvješćima, u svima njima je Narodni radio



uvijek na prvom mjestu i približno 50% slušaniji od drugoga u poretku.

Tako je i agencija Puls, koja izravno surađuje s globalnom R & D kompanijom AGB Nielsen media research, u prosincu 2006. zabilježila 12.1% dnevnoga dosega Narodnoga radija, 8.5% dosega Otvorenoga radija i 5.6% dosega Hrvatskog radija I.

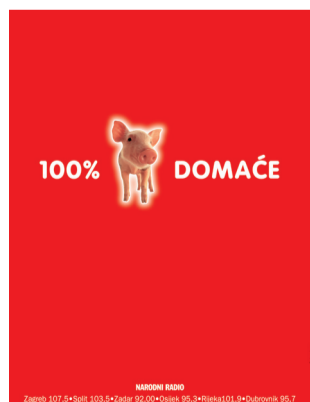
Narodni radio brand je trgovačkoga društva Radio Croatia, koji je osim produkcije i emitiranja radijskog programa i izvršni producent najvećega glazbenog festivala u regiji - Hrvatskog radijskog festivala i niza drugih glazbenih i društvenih događanja. U ovome segmetu potrebno je posebno naglasiti rođendanske koncerte Narodnoga radija. S obzirom na to da jedini na hrvatskome elektronskom medijskom tržištu njeguje isključivo domaću glazbu i odnosi sa svim estradnim umjetnicima su izrazito dobri. Rođendanski koncerti s desecima tisuća posjetitelja uvijek su na pozornicu doveli najpopularnije i najjače izvođače, što je jamčilo dobru glazbu, odličan ugođaj i sjajan glazbeni događaj. U nizu velikih fešti, dva rođendanska koncerta Narodni je radio donirao u humanitarne svrhe. Prvi, 2004. godine,

za veliki finale akcije „Dajmo da čuju“, a drugi, 2005. godine, za obnovu svetišta Sv. Ive u Podmilačju.

Povijest

Narodni radio oglasio se u hrvatskom eteru 23. prosinca 1997. godine prepoznatljivim glasanjem pijetla kao prva privatna komercijalna radiopostaja s državnom koncesijom. Već nakon nekoliko mjeseci postao je najslušaniji radio i taj je primat zadržao tijekom svih devet godina emitiranja. Tijekom prve godine emitiranja dosega je 680.000 slušatelja, a najveći broj slušatelja zabilježen je 2003. godine, kada je samo na hrvatskom tržištu prešao brojku od prosječno milijun slušatelja dnevno. To je značilo da doslovno svaki treći Hrvat stariji od 10 godina sluša Narodni radio više od jednoga sata na dan. Rastućim brojem lokalnih radio postaja taj se broj nešto smanjio, ali su nove dostupne tehnologije otvorile i druge kanale prema slušateljima.

Budući da je Narodni radio prije svega glazbeni radio, od prvih dana pokretanja programa samo je desetak osoba osmišljavalo i realiziralo program. Poslovni prostor smješten u dijelu velesajamske hale prvih je



godina bio dom uspješne ekipe Narodnog radija. No, stalno unapređivanje programa, profilacija radijskih voditelja, nove tehnologije distribucije programa, kao i jačanje informativnog programa, postavile su potrebu za većim i modernijim prostorom. Sedmi rođendan Narodni je radio dočekao u vlastitome modernom radnom prostoru, u multimedijskom centru, gdje je posljednja tehnološka dostignuća podijelio s još nekoliko elektronskih medija.

Također, uz rođendansko slavlje, u prosincu 2005. Narodni je radio dobio novu sedmogodišnju koncesiju za emitiranje radijskog programa.

Proizvod

Narodni radio od konkurenata se izdvaja prije svega formulom 100% domaće. Dakle, emitira samo domaću glazbu što čini više od 80% programa. Informativni je program također posvećen isključivo temama iz Hrvatske ili neposredno vezanim za Hrvatsku. Posebno su dobro prihvaćene Dobre vijesti, koje Narodni radio emitira svakoga punog sata između 7 i 16 sati.

Poslovna filozofija Narodnoga radija sažeta je u sloganu „Prvi do vašeg radija“, čime posebno naglašava da visoko cijeni privrženost slušatelja lokalnim informacijama, a na nacionalnoj razini daje najbolju glazbu i najopsežnije kratke i visokokvalitetno producirane informativne sadržaje.

Prema podacima nezavisnih agencija za istraživanje tržišta Narodni radio privlači mlade osobe, pretežno u dobi od 20 do 49 godina (55% slušatelja), koji vole aktualnu, domaću pop glazbu, a značajno je da je u ovoj, najbrojnijoj slušateljskoj skupini, čak 65% žena. Istraživanja nadalje pokazuju da su slušatelji Narodnoga radija mladi, samosvjesni, orijentirani uspjehu, uglavnom obiteljski ljudi s jednim do dvoje djece. Slušatelji Narodnoga radija vole izlete, putovanja, sport i rado gledaju filmove, a i vjera im je važna u životu. Čak 42,5% ih je stalno zaposleno. Sva navedena obilježja posebno su značajna jer pokazuju idealnu potrošačku skupinu, što Narodnom radiju osigurava siguran i rastući medijski udio u svim relevantnim marketinškim kampanjama na hrvatskome tržištu.

Nedavni razvoj

Narodni radio prva je hrvatska radiopostaja koja je program počela emitirati putem satelita pa sada pokriva Europu, Sjevernu Ameriku i Australiju. Popularni program posebno je zanimljiv hrvatskim iseljenicima, za koje se kreiraju i posebni programski sadržaji. Dnevno prosječno 250.000 slušatelja program Narodnog radija prati putem satelita. Klub satelitskih slušatelja koristi Intelsat Americas 5 na poziciji 97° W i frekvenciji 12.152 MHz, ili Hot Bird 6 na poziciji 13° E i prijamnoj frekvenciji 12.520 MHz.

Portal Narodnoga radija, osvježen i dnevno aktualan,



svakim danom bilježi sve više posjetitelja, a on line program na internetu prati oko 180.000 slušatelja. I tako je ciljni broj od milijun slušatelja dnevno i u vremenu snažne ekspanzije novih i alternativnih medija, primjenom novih tehnologija glavni adut Narodnog radija.

Program se intenzivno digitalizira, a potreba da se što više informacija prati i s mjesta događaja, optimalno se rješava putem ISDN-a, u studijskoj kvaliteti, protokom od 256 kpbs-a. Brzinu i mobilnost realizacije upotpunjuju dostignuća 3G tehnologije, a interaktivnost sa slušateljima posebno je povećana korištenjem SMS servisa.

Promocija

Narodni radio značajan dio programskih i drugih sadržaja posvećuje društveno korisnom djelovanju. Sam je ili inicirao ili sudjelovao u čak 234 akcije različitih humanitarnih organizacija. Posebno se ponosi aktivnim sudjelovanjem u najvećim humanitarnim akcijama kao što su bile „Dajmo da čuju“, „Hvala ti, moj dobri anđele“, „Za lijepe naše“, Zakladi Ane Rukavine i drugima.

Aktivno pomaže pučke kuhinje, domove za djecu bez obitelji, a stalni je medijski partner i Hrvatskog Caritasa.

Posebnim programskim sadržajima Narodni radio prati sve gospodarske sajmove, izložbe i prezentacije, kulturna događanja, festivale, manifestacije koje njeguju hrvatsku kulturnu baštinu i slično.

Turizmu, kao izuzetno značajnoj gospodarskoj grani, posvećena je posebna tjedna emisija „Sunčana“, a tijekom ljetnih mjeseci Narodni radio realizira poseban program „TURISTIČKI RADIO“, reportersku turneju po velikim i malim turističkim odredištima.

Sportske uspjehe i neuspjehe bilježi informativni program, a posebnost je Narodnog radija što značajnu minutažu posvećuju sportovima za koje drugi, nesportski mediji, uglavnom ne nalaze prostora. Time stvami sportski entuzijasti dobivaju zaslužno mjesto u radijskom programu.

Veliku pažnju posvećuje uspostavljanju dobrih poslovnih odnosa sa svim klijentima, analizirajući njihove programe i proizvode, nudeći najbolje sadržaje za ciljane skupine visokom profesionalnošću u svim segmentima obrade tržišta. Činjenica da je najslušaniji radio predstavlja i veliku obvezu Narodnoga radija da uvijek bude prisutan na svim značajnijim događanjima u Hrvatskoj, da zabilježi događaje i svojom prisutnošću na najbolji način promovira svoj program.

Vrijednosti robne marke

Profilirajući proizvod - program Narodnog radija, posloводство uvijek ima na umu da su slušatelji u centru pažnje svakoga trenutka. Više nezavisnih agencija za istraživanje tržišta kontinuirano snabdjevaju posloводство Narodnog radija preciznim sociodemografskim

karakteristikama tržišta. Na taj se način program i dnevno prilagođava željama i potrebama sadašnjih i budućih slušatelja.

Činjenica da Narodni radio ima izrazitu diferenciranost u odnosu na konkurenciju, osnovna je njegova prednost. Teško je bilo kojim drugim radijskim programom zamijeniti Narodni radio, a slušatelji su mu iznadprosječno lojalni. Prosječna dnevna slušanost je gotovo tri sata, a tjedni doseg čak 30% populacije.

U tom je smislu vrijednost Narodnog radija kao robne marke najviša u području elektroničkih medija u Hrvatskoj, jer je Narodni radio izraziti lider među elektroničkim medijima i stvarno profilirana robna marka.

www.narodni.hr



JESTE LI ZNALI...

Narodni radio

- Već prvih dana emitiranja program Narodnoga radija postao je najslušaniji hrvatski radijski program.
- Zahvaljujući software-u razvijenom u tvrtci Fireplay, realizaciju programa Narodnog radija nekoliko godina kreiralo je i realiziralo tek desetak ljudi
- Satelitski program Narodnoga radija najslušanija je radiopostaja među Hrvatima koji žive izvan Hrvatske te ga tjedno sluša oko 240.000 ljudi
- U jednome danu Narodni radio svojim slušateljima isporučuje 2.250.000 sati slušanja (svaki od 750.000 slušatelja provede prosječno tri sata uz program Narodnoga radija).