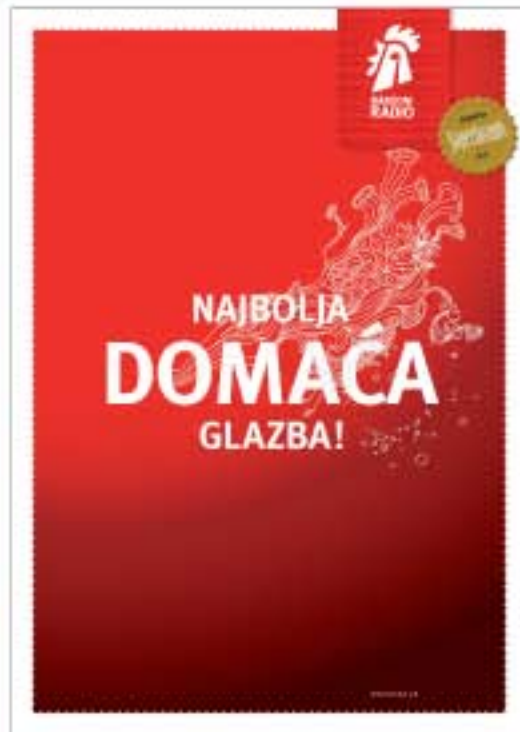




**NARODNI
RADIO**



Tržište

Hrvatsko tržište radijskih programa izuzetno je bogato. Na nešto više od 4 milijuna stanovnika broj 156 radiopostaja, što predstavlja izuzetno dinamično okruženje. U ukupnom broju postojećih radiopostaja 6 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 Narodni radio nositelj titule Superbrands Hrvatska. Posebnost Narodnog radija je da emitira samo domaću glazbu – „100% domaće“, što je odgovor na preferencije slušatelja, koji se značajno više opredjeljuju za domaću glazbu, a posebno pop i rock 80-ih i 90-ih.

Dostignuća

Narodni radio je u svim godinama svog emitiranja najslušaniji i najpopularniji radiopostaja u Hrvatskoj, lako je s povećanjem broja radiopostaja na nižim razinama njegov udio u ukupnom slušateljstvu s

godinama nešto manji, i dalje je Narodni radio lider na domaćem tržištu.

Kontinuirano praćenje rezultata istraživanja slušanosti više nezavisnih agencija za tržišna istraživanja osnovna su podloga za kreiranje programske sheme, kao i dnevnih radijskih sadržaja. U tome, Narodni radio je prije svega glazbeni radio, a u svom informativnom dijelu zadovoljava potrebe slušatelja za kratkim, sadržajnim, zanimljivim informacijama iz svih područja. Također, posebna se pažnja posvećuje njegovanju kako sadržaja od općeg i nacionalnog značaja, tako i regionalnih informacija koje mogu biti zanimljive cjelokupnom slušateljstvu.

Narodni radio jednako su prihvatili slušatelji svih dobnih skupina, različitih obrazovnih nivoa, a sve ih karakterizira njegovanje tradicijskih vrijednosti, vezanost uz obitelj, posao, rad na vlastitom usavršavanju i relativno visoki životni ciljevi.

Ove vrijednosti radiopostaja kroz jaku emotivnu povezanost sa slušateljima ispunjava značajnije od drugih medija.

Narodni radio brand je trgovačkog društva Radio Croatia, koji je osim produkcije i emitiranja radijskog programa i izvršni producent najvećeg glazbenog festivala u regiji – Hrvatskog radijskog festivala i niza drugih glazbenih i društvenih događanja. U ovom segmentu potrebno je posebno naglasiti rođendanske koncerte Narodnog radija. S obzirom da jedni na hrvatskom elektronskom medijskom tržištu njeguje isključivo domaću glazbu, to su i odnosi sa svim estradnim umjetnicima izrazito dobri. Rođendanski koncerti uvijek su na pozornicu dovođili najpopularnije i najčeće izvođače, što je jamčilo dobru glazbu i odličan ugođaj. Deseci

tisuća posjetitelja uvijek su bili najbolje okruženje za sjajan glazbeni događaj. U nizu velikih fešti dva rođendanska koncerta. Narodni radio donirao je u humanitarne svrhe. Prvi, 2004. godine za veliki finale akcije „Dajmo da čuju“ te 2005. za obnovu svetihata sv. Ive u Uskoplju.

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 primat zadržao kroz sve godine emitiranja. Tijekom prve godine emitiranja dosegao je 680.000 slušatelja, a najveći broj slušatelja zabilježen je 2003. godine, kada je samo na hrvatskom tržištu prešao milijun slušatelja prosječno dnevno. To je značilo da doslovce svaki treći Hrvat stariji od 10 godina sluša Narodni radio više od jedan sat dnevno. Rastom broja i širenjem lokalnih i regionalnih radiopostaja, visoke postotke slušanosti u odnosu na druge radiopostaje zamijenile su još značajnije prilagodbe programa preferencijama slušatelja i kontinuirani rad na zadržavanju prve pozicije u radijskom eteru u Hrvatskoj.

Kadrovskoj strukturi od prvih se dana pristupa s velikom ozbiljnošću, s obzirom da, zahvaljujući i najsuvremenijoj tehničkoj podršci, vrlo mali broj suradnika realizira program visoke slušanosti. No, tu uvijek naglašavamo da je Narodni radio prije svega glazbeni radio, pa je najveća odgovornost glazbenih umetnika. 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 rezultirali su potrebom za većim i modernijim prostorom. Sedmi rođendan Narodni je radio dočekao u vlastitom, modernom radnom prostoru, u multimedijском centru, gdje je posljednja tehnološka dostignuća podijelila s još nekoliko elektronskih medija.



Proizvod

Narodni radio poznat je i prepoznat kao glazbeni radio koji emitira samo domaću glazbu. Informativni program također je posvećen isključivo temama iz Hrvatske ili neposredno vezanim za Hrvatsku. Posebnost su i Dobre vijesti koje Narodni radio emitira između 7 i 16 sati i kojim dopunjuje redovni informativni program.

Poslovna filozofija Narodnog 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 domaću glazbu i najposebnije kratke i visokokvalitetno producirane informativne sadržaje.

Prema posljednjim rezultatima istraživanja slušanosti agencije Mediapuls u dnevnom dosegu Narodni radio zauzima prvo mjesto sa 9,8%, dok su odmah do njega Antena Zagreb sa 9,0% i Otvoreni radio sa 7,1%. U tjednom dosegu situacija je znatno povoljnija za Narodni radio, jer čak 27,2% populacije sluša barem 15 minuta Narodni

radio, Otvoreni radio 16,6%, a Antenu Zagreb 16,5%. (Podaci za srpanj 2009.). Ono što potvrđuje tvrdnju bliske vezanosti slušatelja s Narodnim radijem je podatak da ga kao najomiljeniju radiopostaju navodi 11,1% slušatelja, dok je drugi najomiljeniji radio Antena Zagreb sa 8,2%.

Sve navedeno u konačnici rezultira i činjenicom da je sve tri godine izbora Narodni radio Superbrand u Hrvatskoj.



Nedavni razvoj

Svaki novi dan novi je izazov na dinamičnom tržištu okruženja. A radio je dobar onoliko koliko je bio dobar program jučer, jer danas mora biti još bolji. Stoga je, uz stalno promišljanje novih glazbenih sadržaja, Narodni radio u svibnju i lipnju 2009. u svoje voditeljske redove doveo dva najznačajnija voditeljska imena na hrvatskoj radijskoj sceni: novi voditelj jutarnjeg show programa je Davor Dretar Drele, osoba koja već desetak godina namijava cijelu naciju. U rano poslijepodne svakog radnog dana eter obogaćuje Sonja Šarunić, žena koja sigurno najlakše dolazi do najdubljih i najintimnijih osobnih tajni najvećeg broja ljudi.

S njima / i zbog njih / stižu novi slušatelji, a radi slušatelja i novih i zanimljivih sadržaja i novi oglašivači.

Narodni radio prva je hrvatska radiopostaja koja je program počela emitirati putem satelita kojim pokriva Europu, Sjevernu Ameriku i Australiju. Popularni program posebno je interesantan našim 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 Narodnog radija, osvježen i dnevno aktualan, svakim danom bilježi sve više posjetitelja. On line program na internetu prati oko 180.000 slušatelja – posjetitelja adrese www.narodni.hr.

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 što više informacija prati i s mjesta događaja optimalno se rješava putem ISDNa, u studijskoj kvaliteti, protokom od 256 kpbs-a. Brzinu i mobilnost realizacije upotpunjuje dostignućima 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 inicirao ili sudjelovao u akcijama različitih humanitarnih organizacija, u čak njih 234. Posebno se ponosi aktivnim sudjelovanjem u najvećim humanitarnim akcijama, kao što su bile

„Dajmo da čuju“, „Hvala ti, moj dobri anđele“, „Za ljepote naše“, Zakladi Ane Rukavine, „Kapi dobrote“ i drugima na nacionalnom nivou, a na nižim razinama u gotovo svim aktivnostima lokalne zajednice kada se radi o humanitarnom i društveno korisnom djelovanju.

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

Posebni programski sadržajima Narodni radio prati sve gospodarske sagrebe, izložbe i prezentacije, kulturna događanja, festivale, manifestacije koje njeguju hrvatsku kulturu baštinu, itd.

Turizmu, kao izuzetno značajnoj gospodarskoj grani posvećena je posebna tjedna emisija



„Sunčana“, a tijekom četiri 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 stvarni sportski entuzijasti dobivaju zasluženno mjesto u radijskom programu.

Činjenica da je najomiljeniji i najslušaniji radio predstavlja i veliku obvezu Narodnog 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

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 visoko lojalni. Prosječna dnevna slušanost je gotovo 3 sata, a tjedni doseg više od četvrtine populacije.

Izrazita profiliranost, visok tržišni udio, idealna struktura slušatelja po svim demografskim elementima i čvrsta veza medija i konzumenata daju Narodnom radiju karakteristike snažnog branda, a time i visoku vrijednost imena kao robne marke.

www.narodni.hr

JESTE LI ZNALI...

Narodni radio

- Slušatelji Narodnog radija ambiciozni su, iskreni i organizirani. Njih 59% su u braku, i čak 42% svakodnevno se druži s prijateljima.
- Svaki dan prosječan slušatelj Narodnog radija sluša radio barem 45 minuta, za njih 55% važna je informiranost o svakodnevnim događanjima, a 41% smatraju da ih reklame obavješavaju o novim proizvodima.
- Narodni radio prva je radiopostaja čiji se signal prenosio putem satelita, te su ga mogli slušati i naši iseljenici u Australiji, Novom Zelandu, Sjevernoj i Srednjoj Americi i Kanadi, kao i u cijeloj Europi i prije nego se udomaćio streaming.
- Narodni radio već 12 godina je najslušaniji radio postaja u Hrvatskoj i u tjednom dosegu ga sluša gotovo svaki treći stanovnik Ljepi naše.