



NARODNI RADIO

Tržište

Hrvatsko tržište radijskih programa bogato je i dinamično. Na nešto više od 4 milijuna stanovnika broji 156 radiopostaja. 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 6 je s nacionalnom koncesijom, 20 sa županijskom i 130 sa 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 u činjenici da emitira samo domaću glazbu – „100% domaće“ i informativni program s posebnim naglaskom na servisne informacije, 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, kao i tehnička i tehnološka unapređenja biti i u budućnosti glavna poslovna strategija tržišnog ponašanja rukovodstva Narodnog radija.

Dostignuća

Narodni radio je najslušaniji i najpopularniji radiopostaja u Hrvatskoj i stvarni tržišni lider. Istraživanja slušanosti svih nezavisnih agencija za istraživanje tržišta pokazuju njegov primat. Ovisno o veličini uzorka i metodologiji istraživanja njegov prosječni udio iznosi 15% tržišta, dok je na drugom mjestu Hrvatski radio 1 program sa 11,5%, a treći Otvoreni radio s 10% udjela u ukupnoj populaciji, odnosno u populaciji staroj između 12 i 74 godine.

Značajnije tržišne udjele imaju još dvije zagrebačke radio postaje, te komercijalne radiopostaje u Splitu i Rijeci, dok preostale radiopostaje na nacionalnoj razini



imaju svega 1 do 2% udjela. (Izvor: Media Metar, svibanj 2008.)

Obzirom da različite agencije za istraživanje tržišta primjenjuju različite metodologije, i brojke variraju po pojedinim izvješćima, ali u svima njima Narodni radio uvijek je na prvom mjestu. Tako je i agencija Media Puls, dio globalne R&D kompanije AC Nielson, za svibanj 2008. godine dala ovakve rezultate: Narodni radio vodeći je s udjelom 13,1%, drugi je Otvoreni radio sa 6,9%, a treći Hrvatski radio 1 program sa 5,8% udjela u slušateljstvu.

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 segmetu potrebno je posebno naglasiti rođendanske koncerte Narodnog radija. Obzirom da jedini na hrvatskom elektronskom medijskom tržištu njeguje isključivo domaću glazbu, naglašeni su dobri odnosi sa svim estradnim umjetnicima. Rođendanski koncerti uvijek su na pozornicu dovodili najpopularnije i najjače

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 prihod od dva rođendanska koncerta Narodni radio donirao je u humanitarne svrhe. Prvi, 2004. godine za veliki finale akcije „Dajmo da čuju“ te 2005. za obnovu svetišta Sv. Ive u Uskoplju.

Povijest

Narodni radio oglosio 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 svih devet godina 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 prosječno milijun slušatelja dnevno. To je značilo da doslovce svaki treći Hrvat stariji od 10 godina sluša Narodni radio više od jedan sat dnevno. Zaista impresivno.

Rastućim brojem lokalnih radio postaja taj se broj nešto smanjio, ali su nove dostupne tehnologije otvorile i druge kanale prema slušateljima.

Obzirom 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 vlastitom ultra modernom radnom prostoru, u multimedijском centru, gdje je posljednja tehnološka dostignuća podijelio s još nekoliko elektronskih medija.

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

Proizvod

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

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 glazbu i najopsežnije kratke i visokokvalitetno producirane informativne sadržaje.

Prema podacima nezavisnih agencija za istraživanje tržišta Narodni radio privlači mlađe osobe, pretežno u dobi od 20 do 49 godina (55% slušatelja), koji vole aktualnu, domaću pop glazbu, značajno je da je u ovoj, najbrojnijoj slušateljskoj skupini čak 65% žena. Istraživanja nadalje pokazuju da su slušatelji Narodnog radija mladi, samosvjesni, orijentirani uspjehu, uglavnom obiteljski ljudi s jednim do dvoje djece. Slušatelji Narodnog 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 hrvatskom 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 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 putem 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 ISDN-a, u studijskoj kvaliteti, protokom od 256 kbps-a. Brzinu i mobilnost realizacije upotpunjuje dostignućima 3G tehnologije, a interaktivnost sa slušateljima posebno je povećana korištenjem SMS servisa.

Promocija

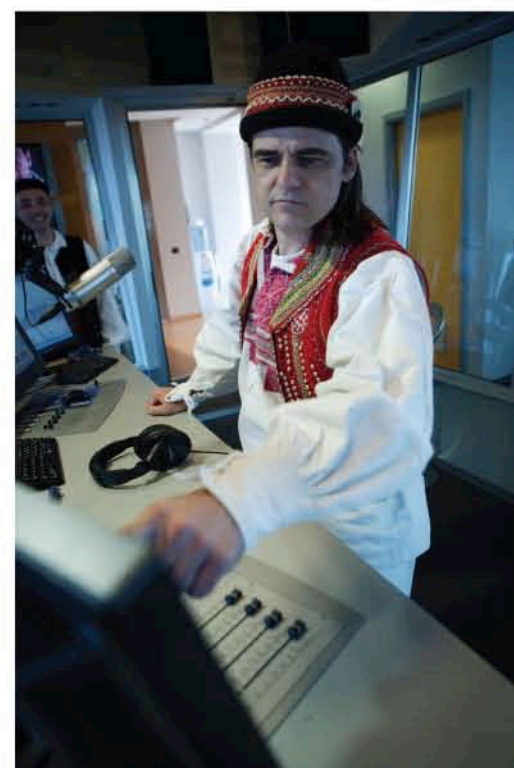
Narodni radio značajan dio programskih i drugih sadržaja posvećuje društveno korisnom djelovanju. Sam je inicirao ili sudjelovao u akcijama različitih humanitarnih organizacija, u čak njih 248. Posebno se ponosi aktivnim sudjelovanjem u najvećim humanitarnim akcijama, kao što su bile „Dajmo da čuju“, „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...

Turizmu, kao izuzetno značajnoj gospodarskoj grani posvećena je posebna tjedna emisija „Sunčana“, a tijekom ljetnih mjeseci Narodni radio realizira prigodan 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.

Veliku pažnju posvećuje uspostavljanju dobrih poslovnih odnosa sa svim klijentima, analizirajući njihove programe i proizvode, nudeći najbolje sadržaje za ciljane skupine i visokom profesionalnošću u svim segmentima obrade tržišta. Činjenica da je 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

Profilirajući proizvod – program Narodnog radija, posloводство uvijek ima na umu da su slušatelji u centru pažnje svakog trenutka. Više nezavisnih agencija za istraživanje tržišta kontinuirano snabdjevaju posloводство Narodnog radija s preciznim sociodemografskim karakteristikama tržišta. Na taj način program se 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 3 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 profiliran brand.

www.narodni.hr

JESTE LI ZNALI...

Narodni radio

- Već prvih dana emitiranja program Narodnog radija postao je najslušaniji hrvatski radijski program.
- Zahvaljujući software-u razvijenim s kolegama u tvrtci Fireplay, realizaciju programa Narodnog radija nekoliko godina kreiralo je i realiziralo tek desetak ljudi.
- Satelitski program Narodnog radija najslušaniji je radiopostaja među Hrvatima koji žive izvan RH, te ga mjesečno sluša oko 500 tisuća ljudi.
- U jednom danu Narodni radio svojim slušateljima isporuči 2.250.000 sati slušanja (svaki od 750.000 slušatelja prosječno provede tri sata uz program Narodnog radija).

