mediální skupina mafra

TISK · INTERNET · TV · RÁDIA · TISKÁRNY

classic fm 98.7

Rádio Classic FM

prezentace

DNES LIDOVÉ NOVINY metro iDNES.cz lidovky.cz ÓČKO EXPRES 90.3 FM classic fm 98.7

O RÁDIU

Rádio Classic FM je na českém mediálním trhu jedinou hudební stanicí zaměřenou na klasickou hudbu, jazz a swing. Classic FM vysílá 24 hodin denně nejposlouchanější skladby za posledních 500 let a posluchač má také každý večer možnost vychutnat si koncert klasických umělců.
Příjemní moderátoři; známí svým kultivovaným projevem a encyklopedickými znalostmi klasické hudby, umění a historie; každého posluchače potěší svými kulturními tipy a pozvánkami na výstavy a koncerty.

Classic FM má přímé zpravodajství Radiožurnál, též pravidelné informační pořady s odborníky o zdraví, cestování a ekonomice. Tyto pořady přinášejí posluchači rádia Classic FM možnost zamyšlení se nad konkrétní problematikou daného tématu, a přispět tak k možnosti rozšíření svého všeobecného přehledu.

POSLUCHAČI - ZÁKLADNÍ ÚDAJE

classic fm 98.7

poslechovost zjišťována v Radioprojektu

DENNÍ POSLECHOVOST

- 18 tis. posluchačů denně

TÝDENNÍ POSLECHOVOST

- 38 tis. posluchačů týdně

PRŮMĚRNÁ DÉLKA POSLECHU (ATS RELATIVE)

- 171 minut

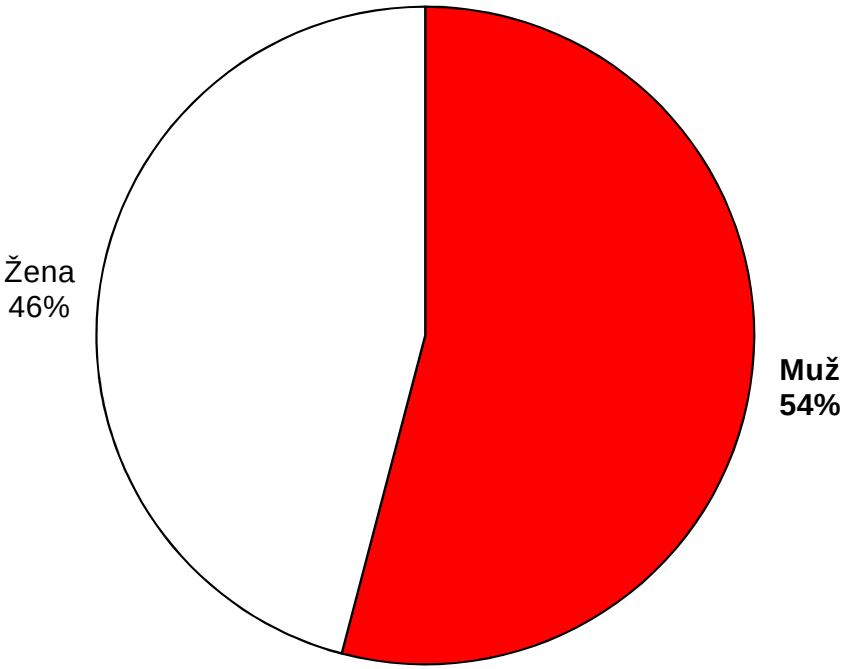
POSLUCHAČI - ZÁKLADNÍ ÚDAJE

classic fm 98.7

RÁDIO CLASSIC FM MÁ NADPRŮMĚRNOU POSLECHOVOST:

- ⓘ v nejvyšších socioekonomických skupinách,
- ⓘ u vzdělaných lidí,
- ⓘ v cílové skupině podnikatelů,
- ⓘ v cílové skupině s čistým měsíčním příjmem domácnosti 30 tis. Kč a vyšším.

RÁDIO CLASSIC FM MÁ VYŠŠÍ POSLECHOVOST U MUŽŮ

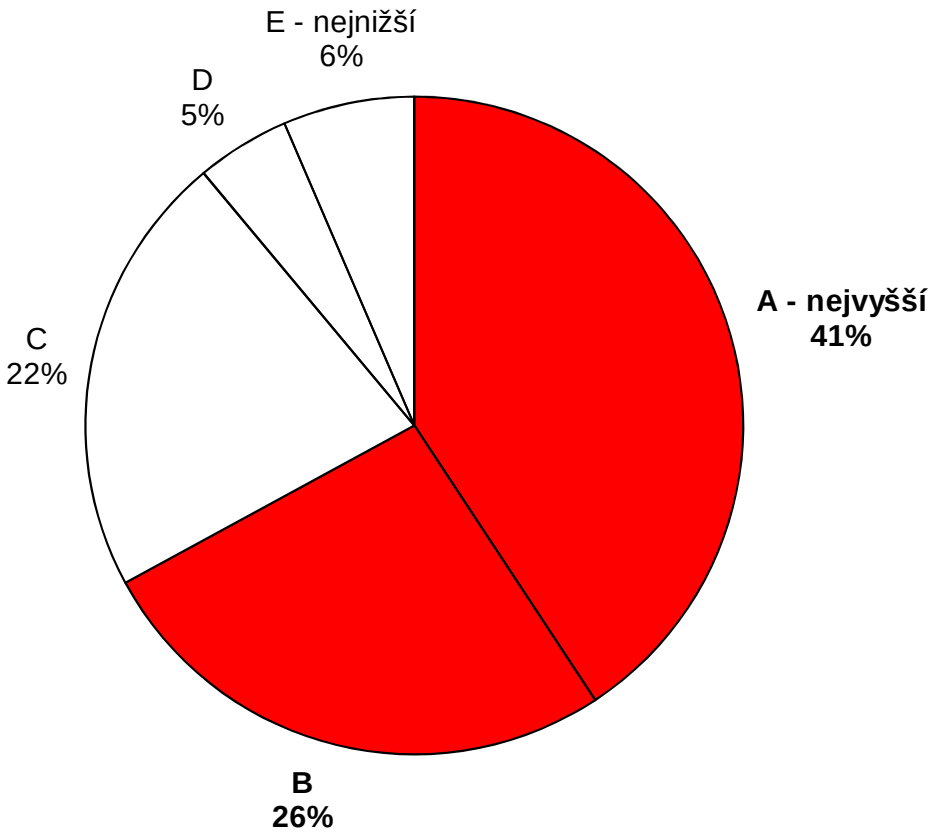


Mezi posluchači rádia Classic FM jsou ve srovnání s celou populací více zastoupeni muži.

Podíl mužů je mezi posluchači rádia Classic FM 1,1x vyšší než v celé populaci.

zdroj: **Radioprojekt, 4. čtvrtletí 2012 – 1. čtvrtletí 2013 – týdenní poslechovost**

RÁDIO CLASSIC FM MÁ NADPRŮMĚRNOU POSLECHOVOST V NEJVYŠŠÍCH SOCIOEKONOMICKÝCH SKUPINÁCH

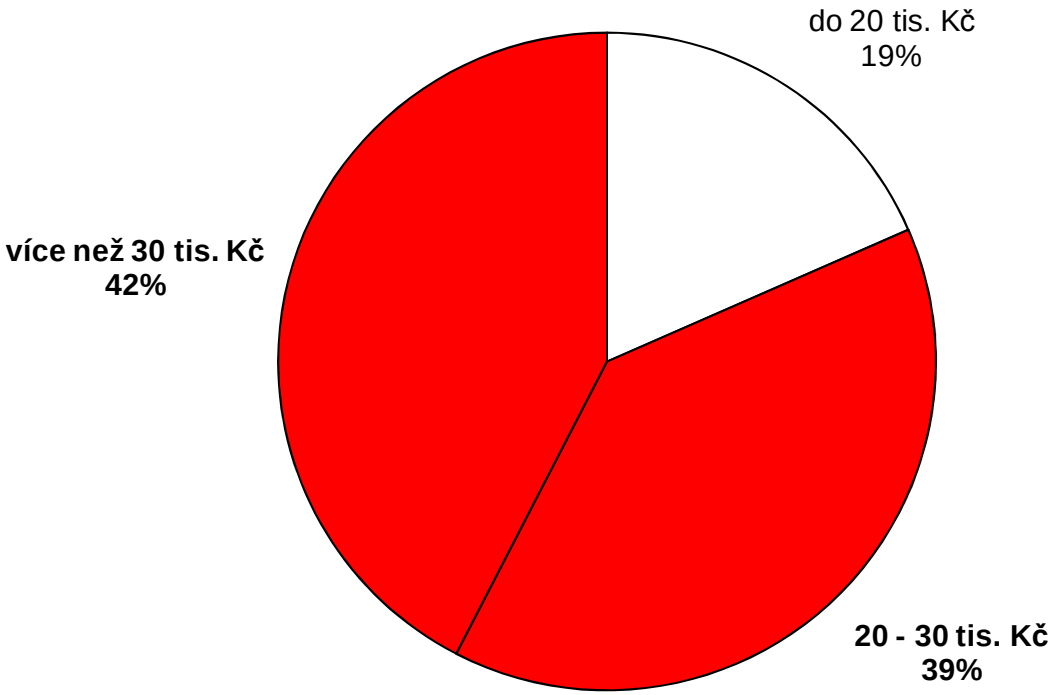


Mezi posluchači rádia Classic FM jsou ve srovnání s celou populací více zastoupeni lidé z nejvyšších socioekonomických skupin.

Podíl lidí ze socioekonomické skupiny A je mezi posluchači rádia Classic FM 2,6x vyšší než v celé populaci. Podíl lidí ze socioekonomické skupiny B je mezi posluchači 2,7x vyšší než v celé populaci.

zdroj: **Radioprojekt, 4. čtvrtletí 2012 – 1. čtvrtletí 2013 – týdenní poslechovost**

RÁDIO CLASSIC FM MÁ NADPRŮMĚRNOU POSLECHOVOST V CÍLOVÉ SKUPINĚ S ČISTÝM PŘÍJMEM DOMÁCNOSTI VYŠŠÍM NEŽ 30 000 KČ



Mezi posluchači rádia Classic FM jsou ve srovnání s celou populací více zastoupeni lidé z domácností s čistým měsíčním příjmem vyšším než 30 000 Kč.

Podíl lidí s čistým příjmem domácnosti 30 tisíc Kč a vyšším je 1,1x vyšší než v celé populaci ČR.

zdroj: **Radioprojekt, 4. čtvrtletí 2012 – 1. čtvrtletí 2013 – týdenní poslechovost**

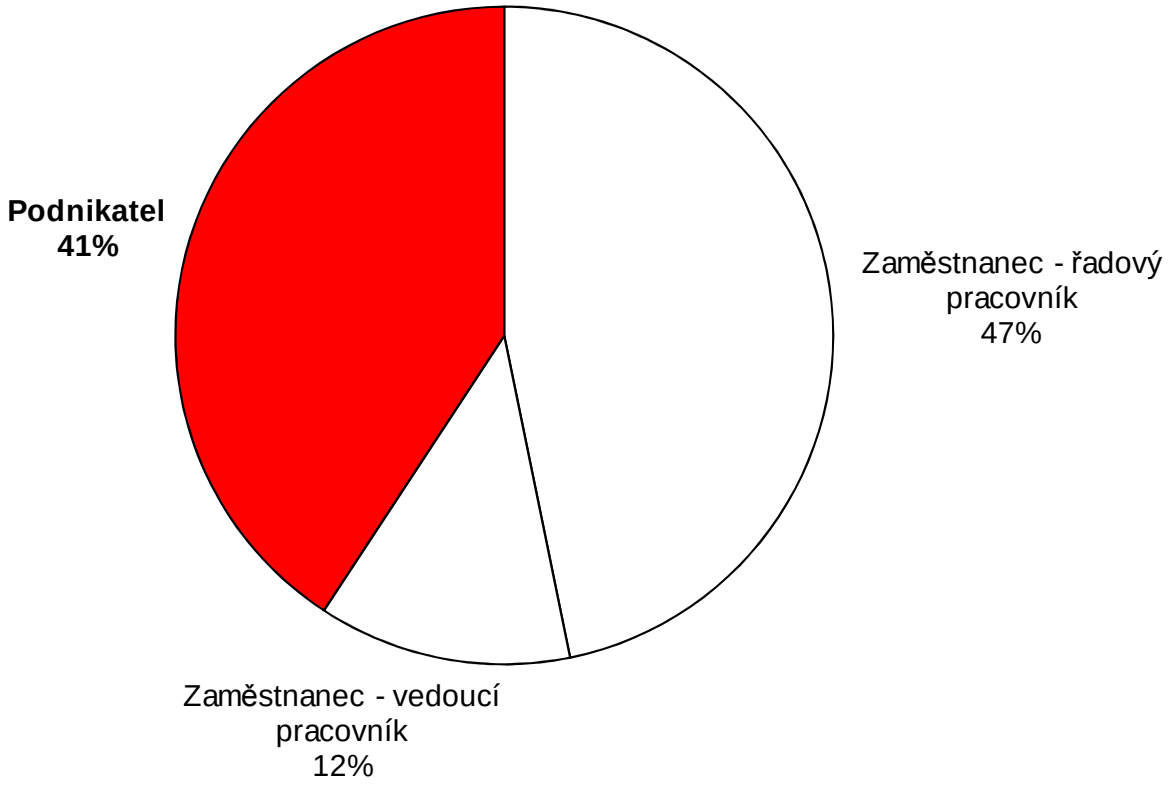
RÁDIO CLASSIC FM MÁ NADPRŮMĚRNOU POSLECHOVOST U VZDĚLANÝCH LIDÍ

Mezi posluchači rádia Classic FM jsou ve srovnání s celou populací více zastoupeni lidé s vyšším vzděláním.

Podíl lidí s nejvyšším dosaženým vzděláním středním s maturitou je mezi posluchači rádia Classic FM 1,5x vyšší než v celé populaci, podíl lidí s vysokoškolským vzděláním je 2,5x vyšší než v celé populaci.

zdroj: **Radioprojekt, 4. čtvrtletí 2012 – 1. čtvrtletí 2013 – týdenní poslechovost**

RÁDIO CLASSIC FM MÁ NADPRŮMĚRNOU POSLECHOVOST U PODNIKATELŮ

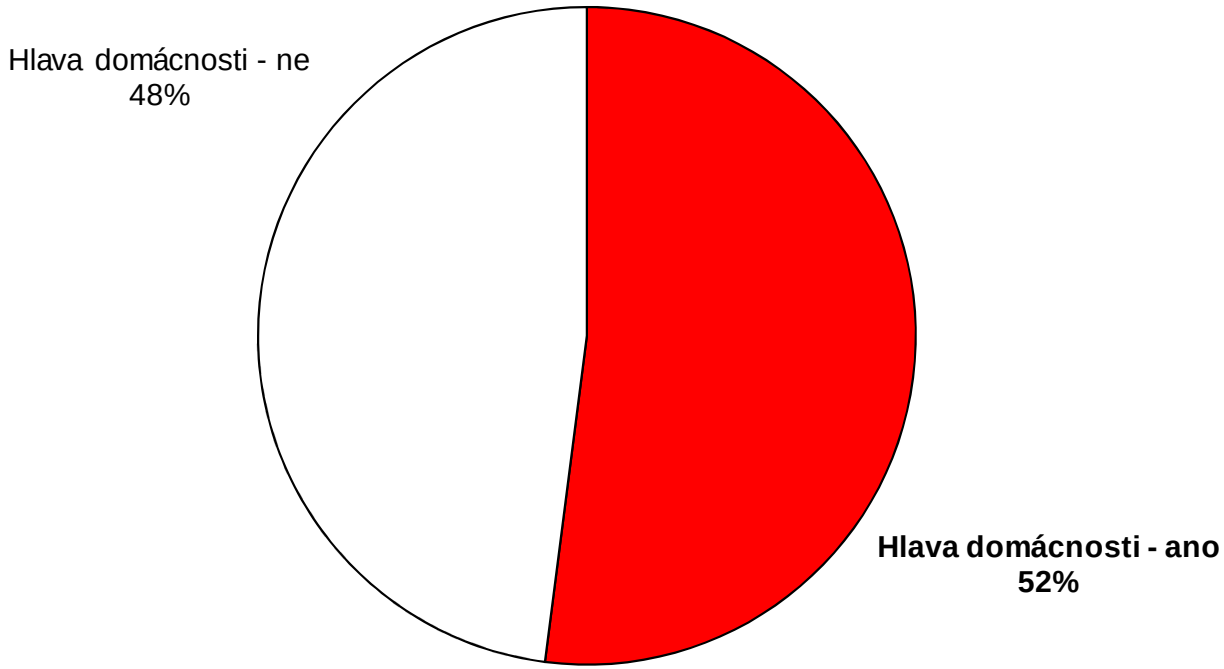


Mezi posluchači rádia Classic FM jsou ve srovnání s celou populací více zastoupeni podnikatelé.

Podíl podnikatelů je 1,6x vyšší než v celé populaci ČR.

zdroj: **Radioprojekt, 4. čtvrtletí 2012 – 1. čtvrtletí 2013 – týdenní poslechovost**

RÁDIO CLASSIC FM MÁ NADPRŮMĚRNOU POSLECHOVOST V CÍLOVÉ SKUPINĚ HLAVA DOMÁCNOSTI



Hlava domácnosti je osoba, která zpravidla přináší do domácnosti nejvíce finančních prostředků a má největší vliv při rozhodování o dlouhodobých nebo velkých investicích domácnosti (např. automobil, TV přijímač, dům, volba bankovního ústavu apod.)

zdroj: **Radioprojekt, 4. čtvrtletí 2012 – 1. čtvrtletí 2013 – týdenní poslechovost**

CLASSIC FM – PRŮBĚH DENNÍ POSLECHOVOSTI PO HODINÁCH (RATINGOVÁ KŘIVKA)

zdroj: **Radioprojekt, 4. čtvrtletí 2012 – 1. čtvrtletí 2013 – denní poslechovost**

RADIO PROJEKT:

Výzkum poslechovosti rádií je na českém trhu realizován výzkumem CATI (Computer Aided Telephone Interviewing), sleduje se populace ve věku 12 – 79 let.

28 000 telefonických rozhovorů ročně je doplněno o 2 000 osobních pohovorů v „netelefonizovaných“ domácnostech vybíraných z průzkumu MML-TGI. Výsledky tohoto výzkumu se používají při mediálním plánování kampaní pro rozhlas.

Výzkum poslechovosti rádií je realizován výzkumnými agenturami MEDIAN a STEM/MARK, jeho zadavatelem je rozhlasová sekce SKMO.

http://sluzby.mafra.cz

- informace, které potřebujete vědět o inzerci a reklamě v našich médiích
- ceny a základní formáty reklamy, ceník ke stažení
- potřebné kontakty