




O RÁDIO NÃO MORREU

mas sua forma de vender pode matar seu faturamento

 **diegohurtado**



SINDICATO DOS RADIALISTAS NO ESTADO DE SÃO PAULO

www.radialistasp.org.br - Fone: (11) 3145-9999

Carteira de Sócio

DIEGO ARMANDO HURTADO

LOCUTOR(A) AP. ANIMADOR(A)

REG.PROF.: 38019/SP

MATR.SIND.: 25237

FITERT
Federação dos Radialistas

RADIALISTA

INTERSINDICAL
RECONHECIDO DE LUTA E NEGOCIAÇÃO EM CLASSE TRABALHADORA

FITERT
Federação dos Radialistas

RADIALISTA

INTERSINDICAL
RECONHECIDO DE LUTA E NEGOCIAÇÃO EM CLASSE TRABALHADORA





O RÁDIO NÃO MORREU

mas sua forma de vender pode matar seu faturamento



VENDER ESPAÇO EM VEZ DE RESULTADOS

O PROBLEMA NÃO É O EMPRESÁRIO **NÃO ACREDITAR** NO RÁDIO,
O PROBLEMA É QUE **NINGUÉM PROVOU** PARA ELE QUE ISSO FUNCIONA!

A collection of baking ingredients including eggs, flour, and butter, arranged on a surface. The image is dimly lit and has a dark overlay.

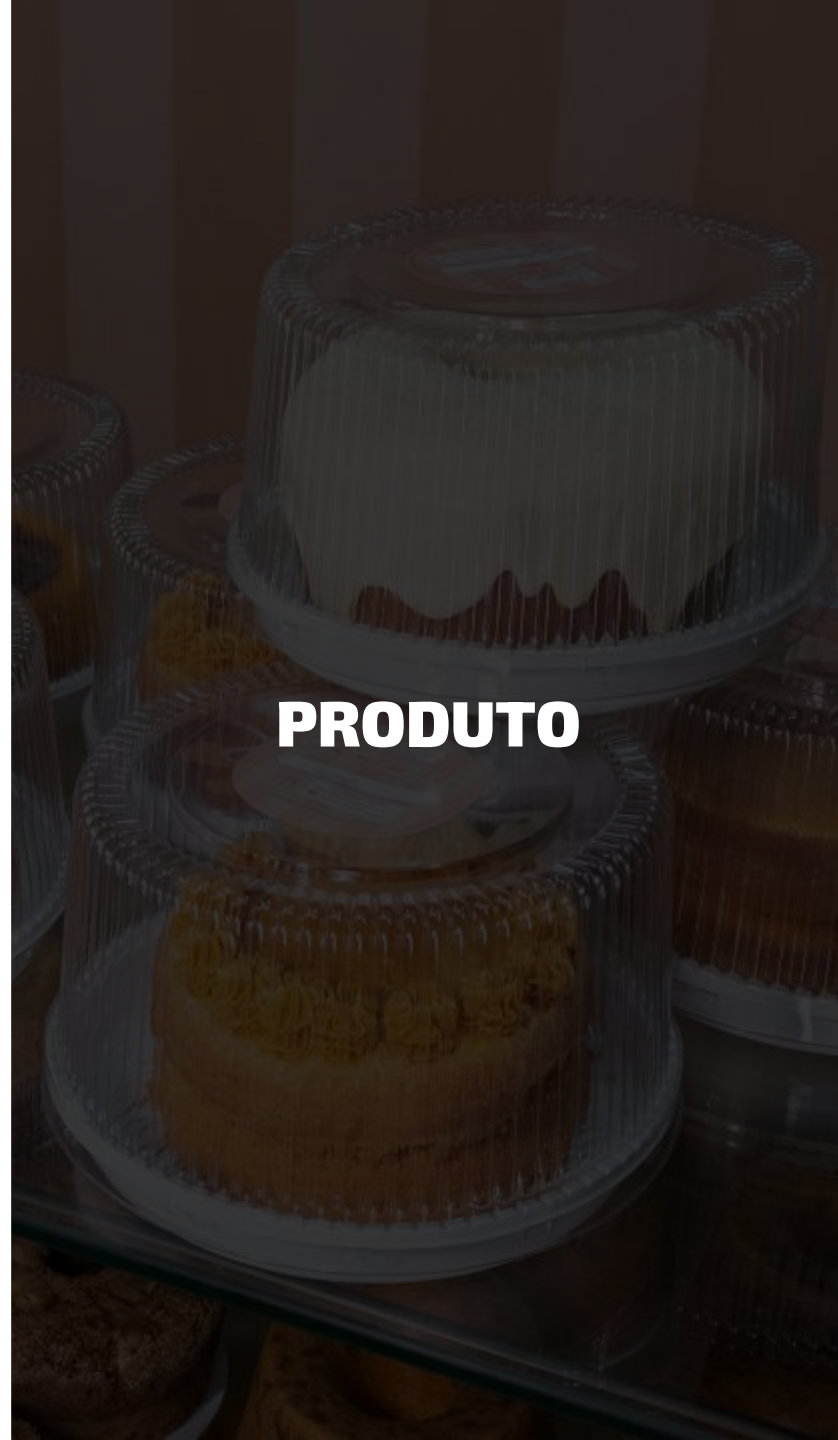
COMMODITIES

A stack of cakes displayed in clear plastic display cases. The cakes are decorated with yellow frosting. The image is dimly lit and has a dark overlay.

PRODUTO

A person wearing a pink apron and black gloves is decorating a cake with white frosting and chocolate drizzle. The image is dimly lit and has a dark overlay.

EXPERIÊNCIA



PRODUTO



EXPERIÊNCIA

A dark, dimly lit photograph of various baking ingredients on a table. In the foreground, there is a bowl of white flour, a cracked egg with a yolk, and several brown eggs. In the background, there are more ingredients, including what looks like a bowl of sugar and some other containers. The overall scene is set in a kitchen or bakery environment.

COMMODITIES

A photograph of a person, likely a baker, wearing a pink apron and black gloves, decorating a cake. The cake is on a stand and has white frosting with red drizzle decorations. The person is using a small tool to add a garnish to the top of the cake. The background is dark, making the cake and the person's hands stand out.

EXPERIÊNCIA

A dark, dimly lit scene showing various baking ingredients. In the foreground, there is a bowl of white flour, a cracked egg with a bright yellow yolk, and several brown eggs in a white egg carton. In the background, there are more ingredients like a whole carrot and some white fabric or paper.

COMMODITIES

A dark, dimly lit scene showing several cakes in clear plastic containers. The cakes are stacked on a metal tray. The top cake is a round cake with a white frosting and a decorative top. The bottom cake is a round cake with a light-colored frosting and a decorative top. The lighting is dramatic, highlighting the textures of the cakes and the plastic containers.

PRODUTO



A dark, dimly lit photograph of various baking ingredients including eggs, flour, and butter on a countertop.

**COMMODITIES
ESPAÇO**

A dark, dimly lit photograph of several cakes, each individually wrapped in clear plastic containers, stacked on a tray.

**PRODUTO
SPOT**

A dark, dimly lit photograph of a person wearing a pink apron and black gloves, decorating a white cake with chocolate drizzle.

**EXPERIÊNCIA
ESTRATÉGIA**



Quem são os seus **CLIENTES?**



OUVINTE

CLIENTE 1

ANUNCIANTE

CLIENTE 2

O meu **cliente** ⁽¹⁾, pode virar **cliente** do meu **cliente** ⁽²⁾?

OUVINTE

CLIENTE 1

Que tipo de **comportamento** ele tem?



Que tipo de **comportamento** ele tem?

COMPRA PRESENCIALMENTE?

- Fala com quem na loja?
- Diz o que?
- Em qual loja vale a promoção?

COMPRA AOS SÁBADOS?

- Crie uma condição ou promoção para o dia específico

COMPRA ONLINE? – WHATSAPP, INSTAGRAM OU SITE

- Cupom ou código de desconto, link especial, print que vale bônus;
- Crie uma chamada nas redes sociais para divulgar o número do WhatsApp;
- Antecipe a divulgação para o ouvinte ter condições de anotar o número do WhatsApp;
- Ofereça o suporte do WhatsApp da rádio para informar o contato da loja ao ouvinte;
- Chamada para ação no perfil da rádio;



SOMOS OS PRIMEIROS *INFLUENCERS* DA HISTÓRIA

Influenciadores de hoje fazem o que os radialistas fazem há décadas, influenciam os clientes a comprar. A diferença é que eles têm mais recursos. O radialista não tem link, não aparece diretamente em vídeo,

é preciso adaptar à realidade do rádio

com o apoio das ferramentas existentes.

ANUCIANTE

CLIENTE 2

Crie a **estratégia** e venda o resultado!



É PRECISO MENSURAR!

ANUCIANTE

CLIENTE 2



É PRECISO MENSURAR!

EDUQUE O LOJISTA A PERGUNTAR PARA O CLIENTE
ONDE ELE OUVIU A PROMOÇÃO

Crie a **estratégia** e venda o resultado!

FOTO DO DIAL: pede para o passageiro pegar o celular e tirar uma foto do *dial* do carro, essa foto na loja ganha uma condição especial;

PALAVRA CHAVE: ao chegar na loja ou enviar mensagem no WhatsApp o ouvinte fala a palavra chave e ganha uma condição especial;

LISTA VIP: manda o nome para o WhatsApp da emissora, monta uma lista e envia para a loja por tempo limitado. Os 10 primeiros tem um desconto X, os próximos 10 um desconto Y (*cria urgência e escassez*);

CADASTRO INDIVIDUAL: peça para o ouvinte mandar o nome e a data em que ele pretende ir na loja e crie uma lista baseada em escassez. Se ele for no dia informado ganha uma super condição;

Crie a **estratégia** e venda o resultado!

CONDIÇÃO EXCLUSIVA: cria uma condição, oferta ou produto exclusivos para aquela oferta anunciada durante o programa;

PROMOÇÃO E CONDIÇÃO: campanha promocional para clientes novos e condições especiais para clientes antigos da loja;

AÇÃO PONTUAL: só hoje, só amanhã, somente até as 12h00;

COMPARATIVO: elabore uma campanha específica combinada com o cliente e faça um comparativo com o anúncio na emissora concorrente;

PROVA SOCIAL: depoimentos de empresários que tiveram resultados;



LEMBRE-SE

Sem mensurar você precisará **CONVENCER** o cliente todas as vezes.

Se **PROVAR** uma única vez que o rádio funciona,
nunca mais precisará convencê-lo de nada!



DICA EXTRA - IA





COACH TIGO

PALESTRAS & TREINAMENTOS

65 99987-3687

66 99606-4670

@diegohurtado

@marciamariano

@coachtigo

www.coachtigo.com.br