

La radio commerciale

Mise à jour

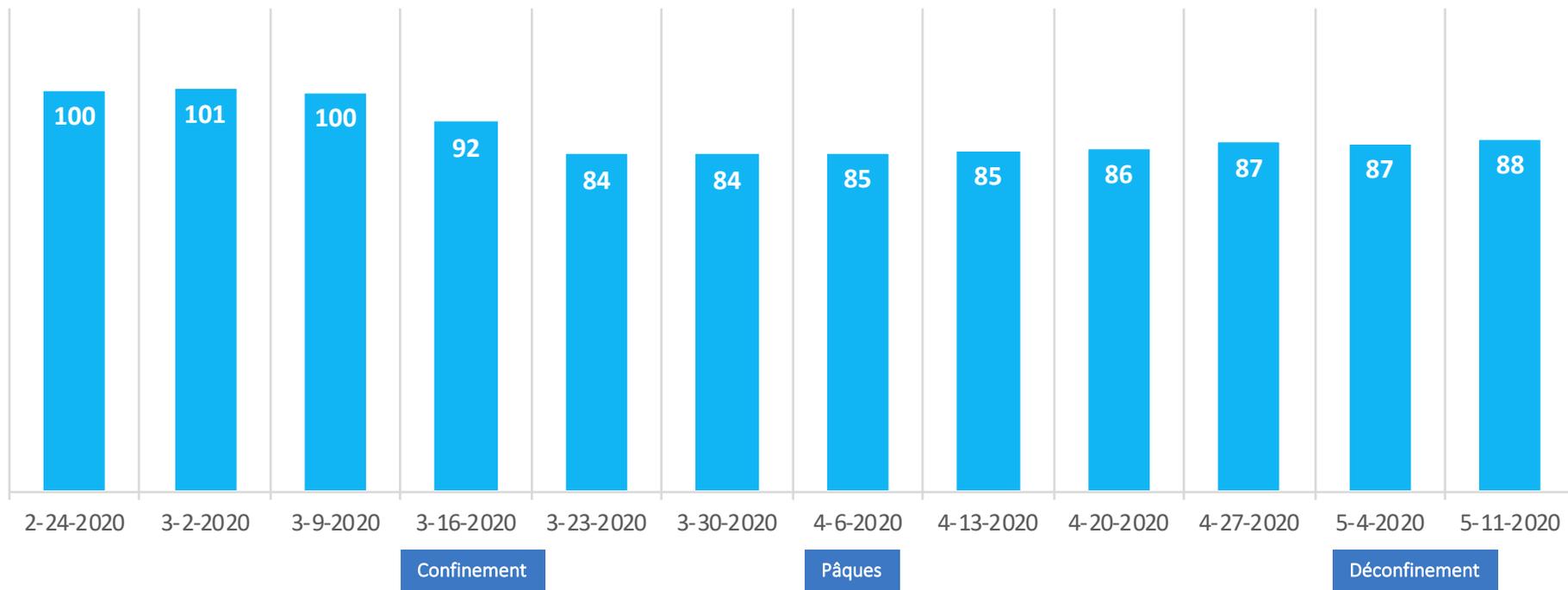
COVID-19

22 mai 2020



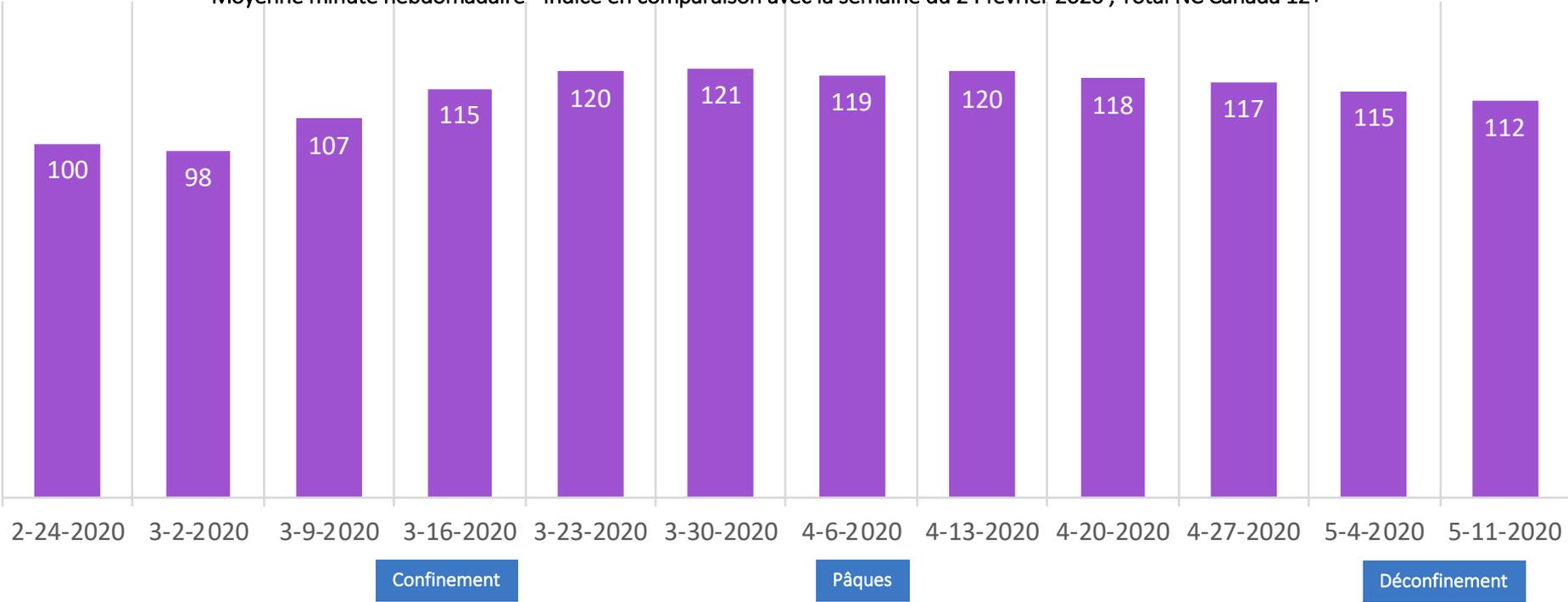
Alors que les Canadiens recommencent à se déplacer, la radio commerciale est sur le point de générer sa portée habituelle

Portée hebdomadaire – Indice en comparaison avec la semaine du 24 février 2020, Total NC Canada 12+



Alors qu'ils s'habituent à leur nouvelle réalité, les Canadiens écoutent encore plus la radio commerciale

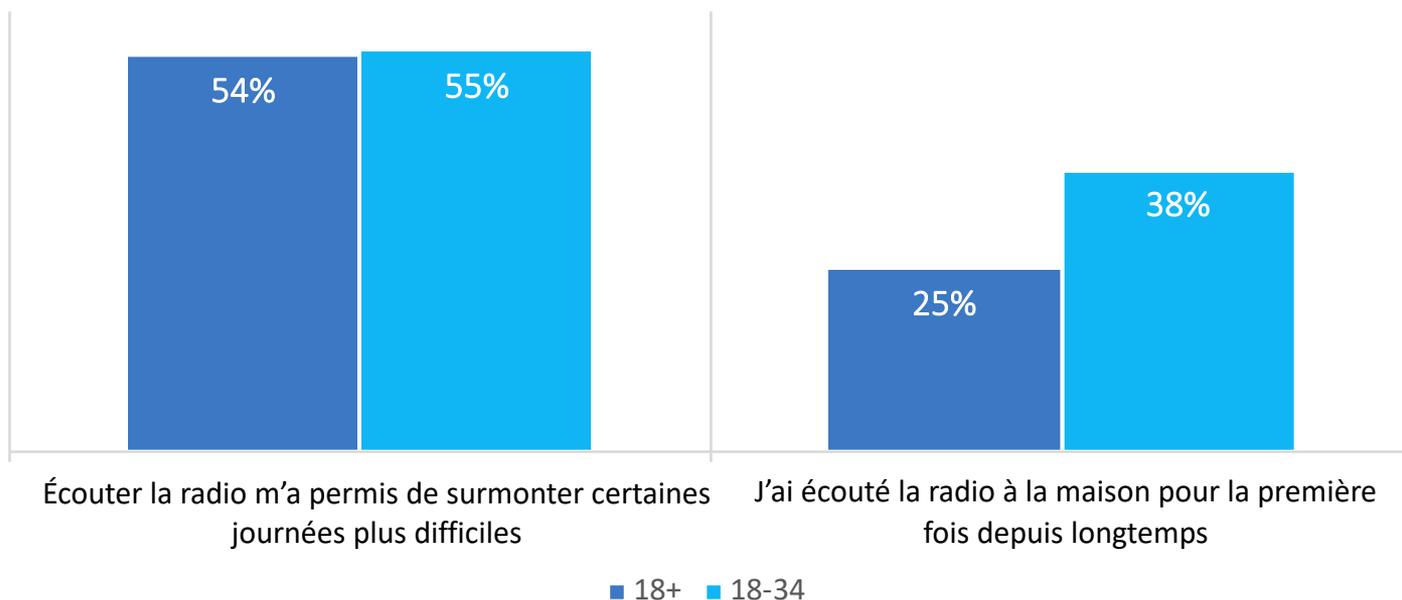
Moyenne minute hebdomadaire - Indice en comparaison avec la semaine du 24 février 2020, Total NC Canada 12+



Les 18 à 34 ans redécouvrent l'écoute de la radio à la maison

% d'accord parmi les Canadiens qui écoutent la radio commerciale durant la crise de la Covid-19

Les Millénariaux
Affranchis et
Jeunes adultes
redécouvrent
l'écoute de la
radio
commerciale à la
maison et sont
enchantés par ce
qu'ils entendent

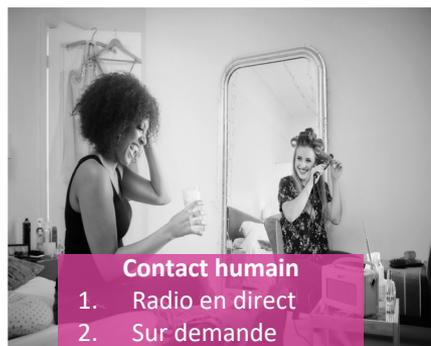


SOURCE : MaruReports COVID-19 Feel Behave Think Tracker Canada, Avril 23

RC2. . Êtes-vous d'accord ou en désaccord avec les énoncés à propos de votre écoute de la radio commerciale durant la pandémie? (% fortement/modérément d'accord) Base : Canadiens 18+ qui écoutent la radio tous les jours/presque tous les jours durant la Covid-19 (n=1 102)

La radio commerciale relie aisément les auditeurs au monde extérieur

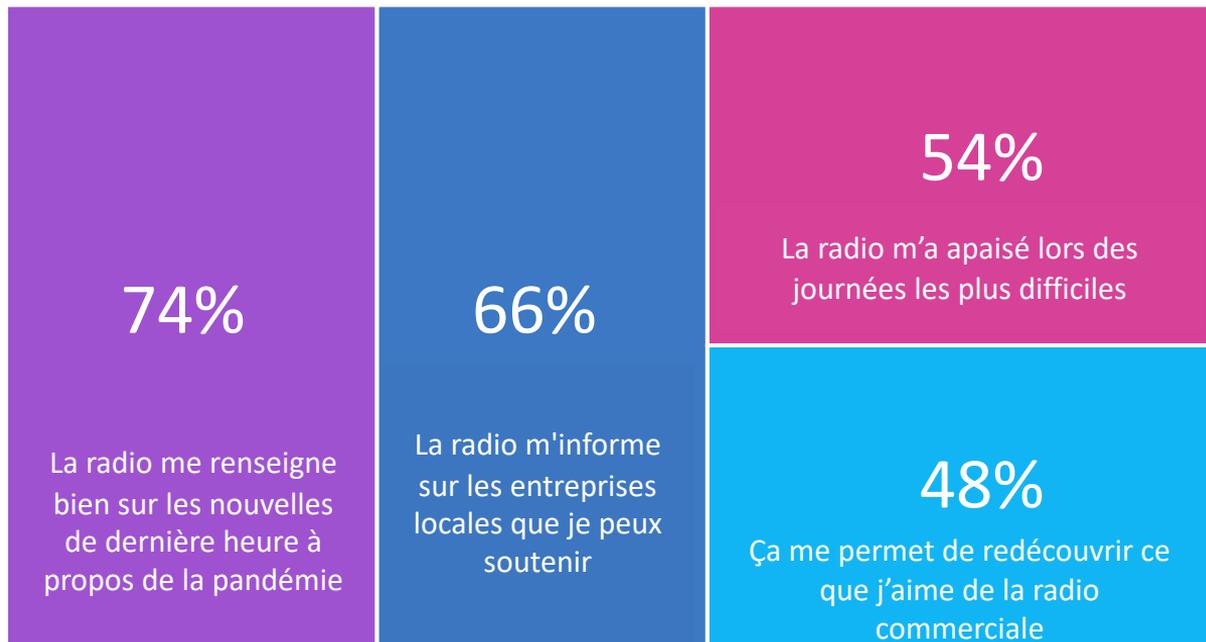
La radio commerciale en direct répond à des besoins spécifiques.*



La radio permet aux Canadiens de rester branchés. De plus, elle guide les Canadiens qui souhaitent soutenir les entreprises locales

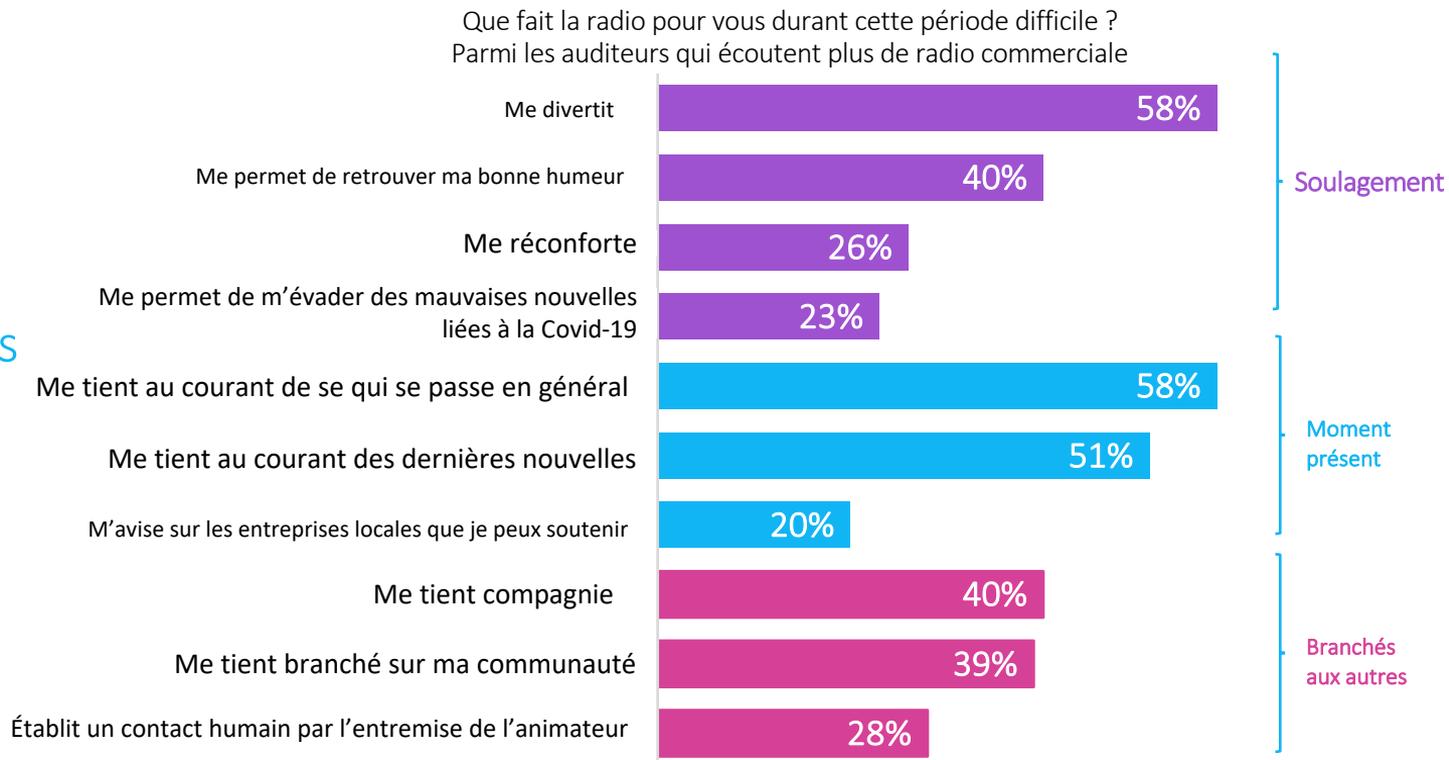
Pour les auditeurs en période de confinement, la radio leur apporte des informations pertinentes, du réconfort et pour plusieurs d'entre eux il s'agit d'une redécouverte

% Parmi les Canadiens qui écoutent la radio durant la crise de la Covid-19



Les principaux avantages de la radio sont encore plus mis en valeur durant la période de confinement

La radio commerciale répond à un large éventail de besoins des auditeurs durant la crise, en leur apportant du réconfort et un contact humain



Pour les marques, les Canadiens veulent de l'action, pas des banalités

Ce n'est pas suffisant de dire « Ça va bien aller » – les marques doivent faire une différence ou guider les consommateurs dans la nouvelle réalité.

86%

des Canadiens croient que les marques ont une belle occasion de collaborer positivement dans la société tout en générant des profits

82%

des Canadiens disent que « Les entreprises canadiennes qui se donnent un rôle actif durant cette crise obtiendront ma loyauté. »

78%

des Canadiens disent vouloir être au courant des ventes, rabais et réductions sur les frais de transport sur les produits qu'ils achètent régulièrement

Merci

Visitez notre site radioconnects.ca afin d'obtenir de plus amples informations sur la radio commerciale durant la période de la Covid-19

RADIO
CONNEXIONS



radio