

SET EXPRESS | RÁDIO

Moderador: Ronald Almeida - Gerente Técnico – Engenharia | O Povo – Grupo de Comunicação / Representante SET Nordeste

Palestrantes:

- ANO 101 DO RÁDIO – RELEVÂNCIA PARA GERAÇÃO DE NOVOS NEGÓCIOS**
Juliana Paiva, Sócia-diretora Radiodata
 130 milhões de pessoas consomem algum tipo de áudio no Brasil.*
 O consumo é amplo e vai do radinho da dona de casa ao aplicativo de celular do executivo de uma multinacional
 Não há o que se questionar sobre a força da comunicação de rádio no país.
 O crescimento no consumo de podcasts reforça ainda mais a relevância do meio rádio com a possibilidade da distribuição *on demand*.
 O investimento no setor aumenta com a mídia programática digital e a migração do AM.
 Por que então um grupo pequeno de emissoras fica com a maior parte da verba publicitária?
 As 10 emissoras que mais faturam no mercado brasileiro são aquelas que personalizam suas programações e focaram em públicos específicos.
 Todas têm um perfil de programação e de público nichado o que dá a elas repertório para disputar mercado com as demais mídias.
 Nessas emissoras, o patrocinador é um parceiro dentro de um projeto de negócio. A relação com os patrocinadores deve ser sempre de longo prazo.
 A audiência está cada vez mais personalizada. Não é uma questão de quantidade de ouvintes, mas o tipo de ouvinte que o mercado quer falar.
 A dificuldade no meio está justamente em buscar essa personalização uma vez que 3 a cada 5 emissoras de rádio no país veiculam exatamente o mesmo tipo de conteúdo. A discussão não é mais em qual device vamos entregar o conteúdo e sim o que vamos entregar para o nosso ouvinte.
- A GESTÃO DO RELACIONAMENTO COM A AUDIÊNCIA COMO CHAVE PARA O SUCESSO DO RÁDIO ATUAL**
Carolina Sasse, Sócia e Diretora de Marketing & Vendas - Cadena
 Desde sua origem, o rádio busca entregar conteúdo relevante para sua audiência. Durante grande parte deste centenário no Brasil, a interação com os ouvintes era essencialmente one-way. Por ser um meio de massa, a programação buscava atender o máximo de ouvintes e o feedback com pesquisas ganhou força a partir da

década de 40. No contexto publicitário, o rádio dividia com poucos players a audiência e a verba total de mídia.

Nos últimos 15 anos, mudanças significativas na tecnologia transformaram o comportamento e expectativas das pessoas, aumentando seu poder de escolha e a maneira como consomem, interagem e engajam com conteúdo e publicidade. Alguns dos fatores que mais contribuíram: a chegada dos smartphones; a ampliação do acesso à internet; o surgimento dos serviços de streaming e o boom das redes sociais. A grande oferta de opções e a facilidade de acesso sob demanda trouxe a necessidade de enxergar novos formatos para conectar ouvintes à programação e às marcas.

Ao mesmo tempo, a evolução da tecnologia e do marketing trouxeram novas métricas para análise de ROI, o que tornou mais complexa a negociação de contratos e a comprovação dos resultados.

Gigantes como Netflix, Amazon, Meta e Google tem investido em conhecer profundamente seus clientes para entregar mais resultado. O radiodifusor precisa acompanhar.

Ações, ferramentas e opções para qualificar a audiência e transformar os demais meios em aliados são o foco dessa palestra.

- **COMO A MÍDIA PROGRAMÁTICA COLOCA O MEIO RÁDIO EM SINTONIA COM O MERCADO ANUNCIANTE**

Thiago Fernandes, *Fundador da Nextdial*



Ronald Almeida - Gerente Técnico – Engenharia | O Povo – Grupo de Comunicação / Representante SET Nordeste



Juliana Paiva -Sócia-diretora Radiodata

Experiência em curadoria e produção de conteúdo em áudio em vídeo. Gestão de projetos integrados para empresas de mídia com ênfase em expansão e consumo para empresas como Rádios CBN e Globo, CNN Rádio/Rede Transamérica, UOL, Nova Brasil e o Antagonista.

Tenho experiência de mais de 20 anos em áudio com passagens pelas rádios Jovem Pan, CBN e Rádio Globo.



Carolina Sasse - Sócia e Diretora de Marketing & Vendas - Cadena

Carolina Sasse é formada em Administração de Empresas e é atualmente Diretora de Marketing e Vendas da Cadena, empresa há mais de 20 anos fornecendo soluções em software para gerenciamento, automação e inteligência de audiência para emissoras de rádio.

Desde 2007, tem estado em contato com milhares de profissionais do rádio em todo o Brasil para conhecer mais sobre suas rotinas, desafios diários e como ajudá-los a simplificar processos, aumentar o engajamento dos ouvintes e vendas da rádio e dos

seus anunciantes, com ferramentas e conteúdo. Acredita no poder do rádio de conectar pessoas e marcas.

Atuou por 10 anos nas áreas de Qualidade e Sucesso de Clientes no Brasil e América Latina liderando equipes e projetos.

Já palestrou nos principais eventos do meio, como SET EXPO 2018, Congressos ACAERT 2018/2022, Seminários e Encontros Regionais SERT/SC 2016-2022, AESP Talks, Encontros e Lives da AMIRT e AESP, Fala Norte e Nordeste.

Além de colunista convidada do TudoRadio.com, disponibiliza periodicamente conteúdos e lives com assuntos e profissionais referência no blog e YouTube da Cadena.

Participa regularmente de eventos de Rádio e Marketing como NAB Show, RD Summit e outros.



Thiago Fernandes - fundador da Nextdial

Thiago Fernandes, fundador da Nextdial (@nextdialbr), startup de tecnologia que está descomplicando a vida de profissionais de rádio, agências e anunciantes. Foi Evangelista da Microsoft e tem graduação em Ciências da Computação, MBA em Engenharia de Software pelo ITA e especialização em Marketing pela ESPM.