

NOUVEAUTÉ CIBLAGE

INÉDIT : LES GRP SHOPPERS RADIO

NRJ Global, leader sur les Responsables des achats -50 ans ⁽¹⁾ en radio se positionne comme un acteur majeur sur les segments FMCG en proposant en 2022 des opportunités inédites de ciblage data aux annonceurs et agences.

CIBLER DIRECTEMENT VOS CONSOMMATEURS AVEC LES GRP SHOPPERS -50 ANS EN RADIO

CRÉATION ET LIVRAISON DE CIBLE(S) DATA EN PARTENARIAT AVEC

KANTAR
DIVISION WORLDPANEL

CRÉATION DE
CIBLES SHOPPERS -50



EXTRACTION DES
DONNÉES D'AUDIENCE



MISE A DISPOSITION
DANS L'OUTIL DE
MEDIAPLANNING

DIFFUSION D'UNE CAMPAGNE SUR NOS STATIONS



SÉLECTION D'UNE CIBLE
SHOPPERS -50



PROGRAMMATION ET
DIFFUSION



BILAN CAMPAGNE
GRP SHOPPERS -50

Exemple de cibles Shoppers -50 ans :

- Shoppers e-commerce
- Sensibles innovations
- Shoppers eaux
- Shoppers Bio
- Shoppers fruits et légumes frais
- Shoppers Café
- Shoppers Gourmands sucrés
- Shoppers Gourmands salés

Offre réservée aux annonceurs du secteur FMCG
Disponible pour une campagne radio NRJ GLOBAL à partir de 150 000 € Nets Nets

(1) Médiamétrie 126 000 Radio, JJ 2021 hors Avril. L-V. 5h-24h. AC et QHM. Cible : RDA -50 ans.

*Shoppers -50 ans = gros et moyens acheteurs de marque d'un segment de -50 ans.

La mise à disposition des GRP Data sera soumise à un délai de déploiement de minimum 3 mois à compter de la signature de la campagne. Montant Hors frais de mise à l'antenne et hors frais techniques. Le montant et le dispositif de cette offre est susceptible d'évoluer en cours d'année. Les accords annuels ne s'appliquent pas sur cette offre. Le médiaplanning sera confié à NRJ GLOBAL. Le chiffre d'affaires généré dans le cadre de cette offre ne rentre pas dans l'assiette du Chiffre d'Affaires Brut Payant servant au calcul des remises. Cette offre ne se cumule pas avec les autres offres présentes dans les Conditions Tarifaires et Commerciales et les Conditions Générales de Vente TV, Radio et Digital 2022.