

**MAAK VAN
UW BUSINESS
A GREAT
BUSINESS**



BE ONE
ENJOY THE MUSIC



Ontdek

in deze brochure hoe u **Be One** kan inplannen in uw marketing-budget, de impact ervan en wat de mogelijkheden zijn. U vindt er cijfermateriaal dat aantoont dat een radiocampagne extra return on investment biedt.

Radioreclame kan op korte of lange termijn geboekt worden en bereikt elke doelgroep tegen een relatief beperkt budget.

- **Luister via onze fm-frequenties aan de kust: 107.4fm middenkust en 105.6fm oostkust**
- **Wereldwijd via onze gratis app te downloaden via Apple en Google Play**
- **Telenet kanaal 941 in Vlaanderen en Brussel**
- **Livestream: www.radiobeone.be**

WIE IS BE ONE

BE ONE bestaat sinds 2018 en wil een meerwaarde zijn in het huidige radiolandschap, door zich specifiek te richten op een zeer breed publiek van zowel mannen als vrouwen, hun gezin en hun leefwereld. Inhoudelijk zoekt Be One aansluiting bij deze boeiende doelgroep die constant in beweging is. Be One is een radiostation waar vooral muziek en beleving centraal staat. We brengen nieuws uit de regio, het kustweerbericht, nationaal en internationaal nieuws ism. Belga.

BE ONE zet 200% in op de muzieksamenstelling.

De luisteraar heeft nood aan veel muziek en doelgerichte informatie die een meerwaarde en/of verrijking is voor zijn leefwereld en/of gezin.

Diverse professionele stemmen zorgen dat dit dagelijks wordt ingevuld.

HOE LUISTEREN?

FM

Je kan naar BE ONE HITS luisteren via fm aan de kust via 2 frequenties: 107.4fm aan de middenkust en 105.6fm aan de oostkust. De zenders bestrijken 80% van de kust.

ONLINE

BE ONE HITS is ook online te beluisteren via de BE ONE APP. Deze kan je downloaden via Google Play en Applestore (be one radio).

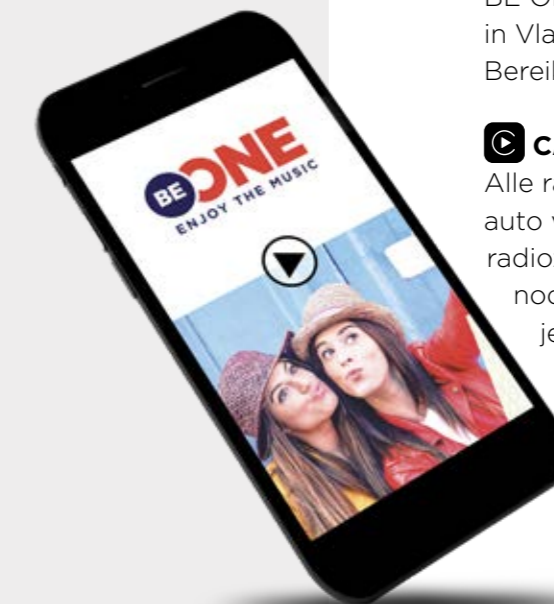
Op deze app kan je wereldwijd luisteren naar BE ONE HITS, BE ONE 70s, BE ONE 80s, BE ONE 90s, BE ONE XMAS, BE ONE LA DOUCE FRANCE en BE ONE NWS.

TELENET KANAAL 941

BE ONE HITS is te beluisteren via kanaal 941 op Telenet in Vlaanderen en Brussel. Bereik: 1.700.000 abonnees.

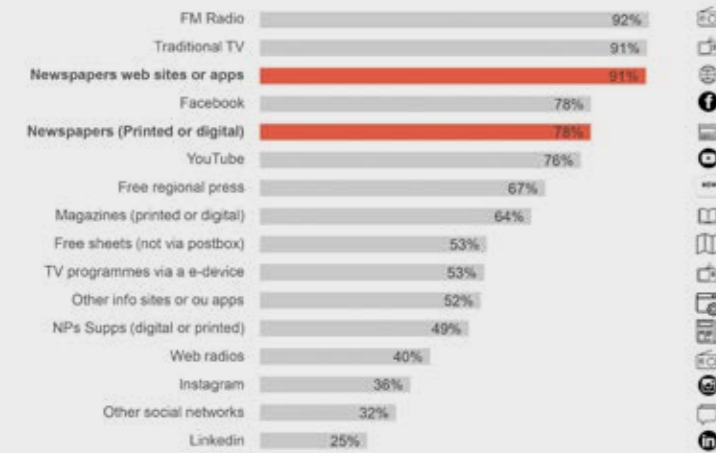
CARPLAY

Alle radiozenders van BE ONE zijn nu ook te beluisteren in de auto via het Carplay systeem. Hiermee is Be On de enige lokale radiozender die via dit systeem te beluisteren is. Het enige wat je nodig hebt is de Be One app. Sluit uw gsm aan via uw auto en je kan ongehinderd luisteren overal waar je bent in Europa.



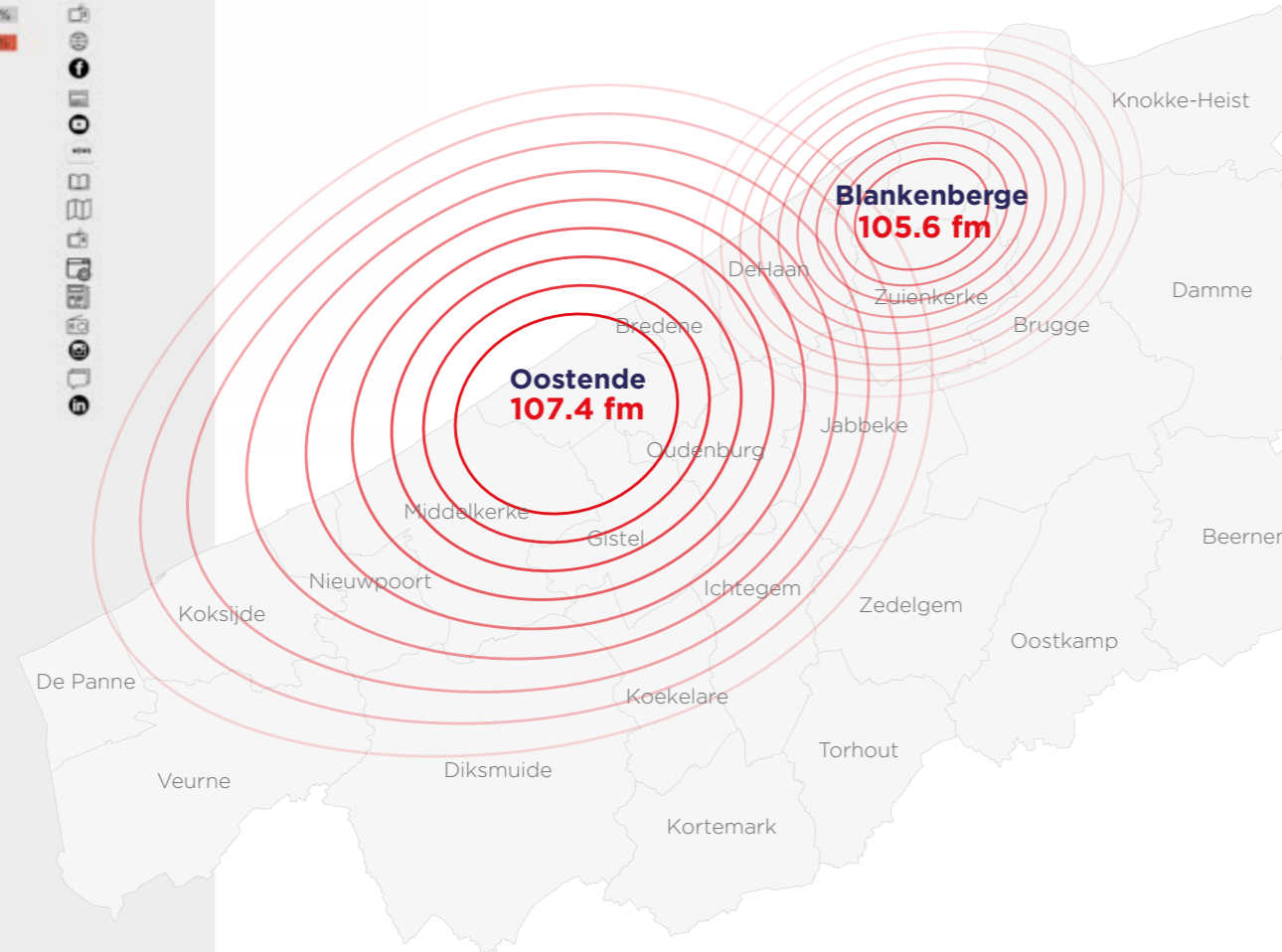
Top 3 of massive reach Consumption of these media

Bron: NP Media Barometer November '18



Source: NP Media Barometer Nov '18

FM FREQUENTIES KUST



RETURN

De ROI van een radiocampagne

Radio is puur creativiteit, het opwekken van de juiste gevoelens voor uw "brand", uw merk. Er is geen enkel medium dat zo visueel is dan radio. Uw input zorgt ervoor dat we steeds scherp en up-to-date blijven. Zorgen voor oplossingen en vooral ook return on investment (ROI) is ons engagement. Gemiddeld verdienen radio-adverteerders hun investering 7,7 keer terug. Daarmee staat radio op de tweede plaats, na TV (bron: RAB UK). Maar wat is het effect van deze factoren op de luisteraar en hoe beïnvloedt het de ROI van een reclamecampagne?

Inzicht in return on investment

De hoogte van de ROI is afhankelijk van vaste factoren zoals de branche, de positie in de markt, de levensfase waarin het merk zich bevindt en het soort aankoop of de aankoopfrequentie. Naast deze vaste factoren zijn er variabele factoren waar je zelf invloed op kunt uitoefenen. Dit zijn planning en creatieve executie.

(bron: RAB UK, Radio: The ROI Multiplier).

“
Tweeverdieners
zijn financiële
geluksvogels
”



Wat bepaalt de ROI van radio?

VASTE FACTOREN

- / Branche
- / Positie in de markt
- / Merk levensfase
- / Type aankoop

VARIABLE FACTOREN

- / Planning
- / Creatie

Chuck Mefford zei ooit: “Anyone can have a “good” business, but you need a great strategy to have a GREAT business!”.

De invloed van **‘planning’** en **‘creatie’**. Uit het on air onderzoek blijkt dat de variabele factor ‘planning’ (oftewel: de unieke mix van diverse media, radiozenders en de juiste tijdverdeling) met name invloed heeft op de recall van een commercial.

De manier waarop gepland wordt heeft invloed op de mate waarin een radiocommercial wordt onthouden. Ook heeft planning invloed op een correcte merkattributie. Dat betekent dat de luisteraar beter in staat is het merk te herkennen. De factor ‘creatie’ heeft zowel invloed op correcte merkattributie als op de kennis, houding en het gedrag van de luisteraar.

MEDIAMIX MET OMAG CITYMAGAZINE!

De juiste mediamix bepaalt het succes van een reclamecampagne. Radio Be One koppelen aan een campagne in OMAG Citymagazine zorgt voor de juiste mix. Een sterke mediamix is onmisbaar bij het plannen van een reclamecampagne.

Het ‘Radio: the ROI-multiplier’-onderzoek van het RAB (UK) toont aan dat merken die een groter aandeel van hun totale budget aan radio besteden een significant hoger rendement van de totale campagne ROI realiseren.

Campagnes met radio in een mediamix zorgen voor gemiddeld 15% meer groei op spontane merkbekendheid en gemiddeld 39% meer groei op boodschapoverdracht (bron: Ster AdMeasure, Radio in de mix). Voor merken met minimaal 20% spontane merkbekendheid, is het gebruik van radio ook effectiever als deze wordt gekoppeld aan een luxe-magazine.



DOELGROEP & PROGRAMMA-AANBOD

Muzikaal

Bij BE ONE zetten we 100% in op muziek. We hebben ondertussen diverse radiostations. BE ONE HITS die een mix is van jaren 80-90-00 en de hits van vandaag. Ondertussen hebben we diverse digitale stations die je online kan beluisteren via de BE ONE APP.

- / **BE ONE 70s**
- / **BE ONE 80s**
- / **BE ONE 90s**
- / **BE ONE XMAS**
- / **BE ONE NWS**
- / **BE ONE LA DOUCE FRANCE**

Het aanbod blijft hetzelfde, enkel de muziekkeuze is aangepast.

Doelgroep

De doelgroep bestaat uit 3 segmenten: Het grote publiek, organisatoren van evenementen zowel muzikaal als cultureel en artiesten uit Vlaanderen.

Door aan te sluiten op het Telenetplatform zijn we in Vlaanderen 100% te beluisteren via tv.

BE ONE is een muziekzender met content dat relevant is. Door middel van vorige luisteronderzoeken is gebleken dat de zender een publiek bereikt tussen 25 en 65 jaar en nu reeds 4,6% marktaandeel behaalt. Dat is te verklaren door een zeer sterk muziekformat van hits uit de 80-90-2000 en hits van vandaag. Ook de sociale groepen 1-2-3-4 bedienen wij met gemak.



Live uitzendingen op locatie!

Be One zendt regelmatig live uit vanop locatie. Dit kan ook vanuit uw bedrijf. Vraag vandaag meer info over onze live-uitzendingen.

- / **SOUND OF O** i.s.m. Stad Oostende
- / **ONDERNEMEND OOSTENDE** i.s.m. Economisch Huis
- / **OPEN MONUMENTENDAG** i.s.m. Dienst Cultuur Stad Oostende



CAMPAGNEMOGELIJKHEDEN

Be One is eigendom van BE ONE vzw. Oprichter Geert De Lombaerde is geboren in de radiowereld en werkzaam in deze sector sinds 1980.

Wij geven u graag advies over uw radiocampagne en werken een radioplan op maat uit. Zo adverteert u doelgericht en in de juiste regio. U beslist zelf over de start- en stopdatum en de looptijd van de campagne. Alle campagnes worden uitgezonden tussen 6 uur 's morgens en 19 uur 's avonds. De campagnes worden opgedeeld in 5 verschillende pakketten.



1

Radioreclame

Stel uw radiocampagne zelf samen. U kiest voor de klassieke radiospots van 30, 20, 15 of 10 seconden.

2

Concepten op maat

Koppel uw naam aan één van onze radioprogramma's of word partner van één van onze radio-events. Dit kan per programmablok.

3

Themasponsoring

Genereer meer naamsbekendheid. Uw spot komt voor of na items zoals het nieuws, regionieuws, weerbericht, filmnieuws, etc...

4

Webvertising

Haal het maximale uit uw mediacampagne. Adverteer op **Be One** en **Be Oneradio.be**, een ideale mix.

5

Live uitzendingen

Onze radiostudio verhuist voor één of meerdere dagen naar uw zaak, inclusief audio- en videostream.



LUISTERCIJFERS

Radio is één van de sterkste media. We hebben volgend cijfermateriaal samengesteld naar het aantal luisteraars, hun sociale klasse, hun geslacht en het luistergedrag in Vlaanderen.

Per week bereiken we 43.250 luisteraars of 122.500 luisteraars per maand.

De Be One-luisteraar is actief en houdt van fashion, lifestyle, reizen, nieuwe trends maar ook van investeringsproducten, elektronica en auto's.

Opvallend is het grote aantal luisteraars met een diploma Hoger onderwijs.



DE BELANGRIJKSTE DOELGROEP

In de doelgroep 18-65 richt Be One haar luisterbereik naar 51% mannen en 49% vrouwen

18 > 65
JAAR

61% M
49% V



PROGRAMMATIE

Alleen de allergrootste hits vanaf de jaren 80 tot nu, aangevuld met de hits van vandaag zonder de excessen. Geen schlagers, techno of harde rockmuziek dus. Deze muziek wordt doorspekt met content die relevant is. Hieronder vindt u een overzicht:

- / **Regionaal nieuws** met Jeroen Vercruysse
- / **Nationaal nieuws** in samenwerking met BELGA
- / **Kustweerbericht** met Jeroen Vercruysse
- / **Oostends woordenboek** met Roland Desnerck
- / **70s at 7** iedere zaterdag en zondag tussen 7-8 u
- / **80s at 8** elke dag tussen 8-9 u met de beste 80s muziek
- / **La Douce France** met Niko Geldhof
- / **His Wildcherry's Voice** met Wim Coryn
- / **Dancetunes** - live sets van Oostendse dj's op zaterdagavond: Bobo Kool, Koony, Sea-K, etc...
- / **Filmmasters** met Mark Roekens

PRODUCTIE RADIOSPOT

Uw radiospot verdient de beste zorgen. Daarom doen wij een beroep op professionele productiehuisen die ook instaan voor alle radiospots die ook op de nationale radio's draaien. Kwaliteit verzekerd dus! De productie van uw radiospot is de eerste stap naar een succesvolle campagne. Dit proces neemt ongeveer 4 tot 5 werkdagen in beslag.

1. Onze media-adviseur geeft u raad over de inhoud van uw radiospot.
2. Onze copywriters zorgen voor een tekstvoorstel van uw radiospot.
3. Na uw goedkeuring wordt de stem gekozen uit een databank van meer dan 40 stemmen.
4. Uw radiospot gaat in productie.

Naast de gewone stemmen hebben we ook stemmen in sessie. Deze stemmen zijn enkel beschikbaar op aanvraag. Dit zijn meestal de topstemmen van Vlaanderen zoals Herbert Flack, Vic De Wachter, Francesca Van Thielen, etc...

Misschien heeft uw reclamebureau een eigen radiospecialist in huis of werkt het samen met een vast productiehuis. Dat kan ook.

STADSFIGUUR

Jaarlijks verkiest radio BE ONE

de Stadsfiguur van Oostende.

8 juryleden buigen zich elk jaar over wie zich verdienstelijk heeft gemaakt aan de kust. De kandidaat moet geboren zijn of werken in Oostende. Elk jaar zijn er 8 genomineerden. Het publiek kan online kiezen voor hun favoriet. Degene met de meeste stemmen krijgt de Stadsfiguur Trofee. Deze wordt jaarlijks uitgereikt op de Oostende Awards in het Kursaal.



Medewerkers Be One

vlnr.: Yves Lust,
Gino Ester,
Jeroen Vercruysse,
Ludo Daelman,
Vincent Van Wijsberghe,
Geert De Lombaerde,
Roland Desnerck,
John Loncke,
Sam Vancoppenolle.
(niet op de foto:
Wim Coryn, Bobo Kool,
Koony, Dea-K, Mark Roekens
en Niko Geldhof)



“Wij zijn hét radiostation dat door iedereen beluisterd kan worden”

Vraag vandaag een vrijblijvend gesprek!

Geert De Lombaerde

Gedelegeerd Bestuurder V.M.C.

Regie BE ONE

T. +32 489 313 054

E. info@radiobeone.be

W. www.radiobeone.be

