

El secreto del ÉXITO: Humanizar a la radio



A pesar de que la recuperación ha llegado en cierto porcentaje a nuestra industria, la realidad es que **hoy en día vivimos momentos difíciles**, en donde el **tiempo de escucha se ha disminuido** un poco debido a que la gente está pasando más tiempo en las plataformas digitales, los **jóvenes** se sienten más **atraídos** por **otros medios** de comunicación, distintas compañías de radiodifusión aún no logran **ingresos superiores a lo registrado anterior a la COVID-19 y demás.**

Lo anterior representa un listado de malas noticias, sin embargo, tenemos **buenas nuevas que pueden contrarrestar lo dicho**, por ejemplo, sigue siendo **el medio de audio más escuchado**, aunque su cuota de mercado haya disminuido un poco en los últimos años; es uno de los **medios más económicos y efectivos** en los cuales una marca puede **anunciarse**, y además cuenta con una característica que justo la hace diferente a cualquier otra plataforma de Streaming, **la humanización.**

La radio tiende a estar en crisis, pero al final, aunque tenga múltiples embates es muy difícil que desaparezca; la gente cuenta con ella y da por hecho que ahí estará cuando se le necesite.



Múltiples expertos de mercadotecnia han escrito a través de medios y blogs cómo **las marcas que están más 'humanizadas' son las que tienen más éxito y lealtad entre los públicos objetivos**. Esto no debería extrañar, ya que las subcaracterísticas de la 'humanidad', logran conectar con el individuo, tales como: **calidez, cercanía, escucha, interacción, emoción, entre muchas otras**.

La Techsurvey más reciente de Jacobs Media de hecho ha hallado que actualmente una de las **razones por las cuales la gente sintoniza la radio hoy en día es por sus locutores**. Las personalidades de radio significan una conexión directa entre el medio y los oyentes. *¿Deberíamos saber explotar este recurso al máximo?* Por supuesto que sí, a continuación te contamos cómo:

- ***Personalidades casi 24/7***

Es común que muchas de las empresas de radio quieran ahorrarse un buen dinero y dejen los fines de semana sin locutores en vivo, retransmitiendo sus mejores shows de la semana o simplemente programando música, sin embargo,

incluso en estos días hay gente que trabaja y que desea sentir esa compañía 'en directo'. Te recomendamos no escatimar en presupuesto para tener locutores casi 24/7. Evidentemente esto no aplica para las madrugadas.



- ***Historias personales***

¿Qué tan seguido te abres con tu audiencia? Algunos coaches de radio mencionan que el contarle cosas personales al público puede ser irrelevante, ya que la gente quiere entretenerse. Ante esto, personalmente no me encuentro a favor, ya que las grandes relaciones de amistad se construyen justo cuando las dos partes se van conociendo. Sé que no vas a contar tu vida en el micrófono, pero está bien abrirte un poco de vez en cuando.

- ***Altruismo***

Aunque no lo creas, la gente valora que seguido hagas campañas que aporten algo positivo a la comunidad. Sabemos que no todas las emisoras están enfocadas en nichos medios-bajos, pero las que sí, pueden ayudar a sus oyentes y con esto ganar lealtad. Regala útiles escolares, vales de gasolina, ropa a orfanatos, y demás. Las causas que puedes apoyar son múltiples.



- ***Contenido local***

Mientras una emisora más se maneja de forma local, tiende a conectar con su audiencia, justo por ello es importante que algunas de tus dinámicas se realicen desde las calles, en restaurantes, eventos pequeños y demás. Toda esa presencia te irá haciendo parte de la vida diaria de tu público.

Trabaja duro y humaniza aún más tu estación, lograrás generar lealtad.
