



TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

Radio ZET było pierwszą prywatną rozgłośnią radiową w Warszawie.

Zanim pojawiła się nazwa Radio ZET, stacja nadawała jako Radio Gazeta.

Radio ZET było inicjatorem przeprowadzenia pierwszych badań radiowych w Polsce.

Marcin Kubat z Radia ZET jako pierwszy i jedyne w historii dziennikarz radiowej stacji komercyjnej otrzymał prestiżową nagrodę Grand Press w kategorii „reportaż radiowy” (2001).



Radio ZET to stacja, której codziennie słucha blisko 6,5 miliona Polaków. Zetka oferuje starannie wyselekcjonowaną muzykę, dobrą zabawę na poziomie oraz bieżące informacje z kraju i ze świata. Radio ZET to również wszechstronne osobowości, a wśród nich: Monika Olejnik, Wojtek Jagielski, Janusz Weiss, Beata Pawlikowska, Rafał Bryndał, Marzena Chelminiak i wiele, wiele innych.

Kontekst rynkowy

Radio ZET należy do Grupy Eurozet – jednej z największych grup medialnych w Polsce. Obecnie w jej skład – poza Radiem ZET – wchodzi również Chilli ZET, Planeta FM, Antyradio i Radio Plus, a także 57 stacji lokalnych należących do Pakietu Niezależnych, RRM Dom Sprzedaży Radia oraz Studio ZET.

Szacowna wartość rynku reklamy radiowej w Polsce wyniosła w 2012 roku 3,41 mld zł (Kantar Media, Expert Monitor, 01’2011-12’2012, bez autopromocji i internetu). Oznacza to wzrost w stosunku do 2011 roku o ponad 13%. Udział Radia ZET w tym rynku w 2012 roku to 19,5%, zaś całej Grupy Eurozet – 22,1%.

Dzisiaj w Polsce radia słucha codziennie 76,4% mieszkańców; towarzyszy im niemal w każdym miejscu i czasie – w domu, pracy, czy samochodzie. W 2012 roku udziały Radia ZET w czasie słuchania wyniosły 15,7%, zaś całej Grupy Eurozet wraz z Pakietem Niezależnych – 24,2% (Millward Brown SMG/KRC, Radio Track, 01-12’2012, dni powszednie, TG: A15-75).

Oferta

Radio ZET to szeroka oferta programów rozrywkowych, muzycznych oraz aktualności z kraju i ze świata. W ramówce znajduje się między innymi kultowy poranek „Dzień Dobry Bardzo” prowadzony przez Marzenę Chelminiak, Marcina Sołtę i Marka Starybrata. Od poniedziałku do piątku to zgrane trio budzi słuchaczy, zapewniając poranną dawkę humoru i zabawy na dobry początek dnia. Prowadzący goszczą codziennie w studiu znanych i cenionych artystów różnych profesji: muzyków, aktorów, reżyserów czy pisarzy.

Poranek to również „Gość Radia ZET”, czyli audycja Moniki Olejnik, rozpoczynający dzień w polskiej polityce. Gośćmi prowadzącej są politycy różnych opcji, urzędnicy państwowi najwyższego szczebla i eksperci z różnych dziedzin.

W Radiu ZET można usłyszeć najlepsze przeboje wyselekcjonowane przez dział muzyczny, którym kieruje Wojtek Jagielski oraz bieżące informacje o tym, co dzieje się na koncertowych scenach kraju i świata. Tego wszystkiego słuchacze dowiedzą się z audycji Marcina Wojciechowskiego „ZET na Punkcie Muzyki”.

Ponadto, w ramówce można znaleźć: audycję jednej z najbardziej rozpoznawalnych podróżniczek – Beaty Pawlikowskiej – zatytułowaną „Świat według blondynki”, wywiady z gwiazdami prowadzone przez Rafała Bryndała w „Tańcu z Bryndalem”, na „Wszystkie pytania świata” odpowiada słuchaczom Janusz Weiss, Agnieszka Kołodziejka w „MultikinoZetce” informuje o najważniejszych nowościach filmowych, a Kamil Nosal wkręca znanych i nieznaną w żartobliwie zaaranżowane sytuacje.

Osiągnięcia

Radio ZET jest jednym z najbardziej opiniotwórczych mediów. Marka znajduje się w czołówce najważniejszych rankingów i plebiscytów branżowych. Rozpoznaje ją blisko 98% polskich słuchaczy radia.





Niezmiennie pozostaje też jedną z najmocniejszych polskich marek mediowych z bardzo dobrym wizerunkiem biznesowym. W 2012 roku w dorocznym rankingu Najcenniejszych Polskich Marek „Rzeczpospolitej” w kategorii Media i Wydawnictwa uplasowała się na 4. pozycji. Biuro reklamy Radia ZET (RRM Dom Sprzedaży Radia) w 2012 roku po raz kolejny zostało najlepszym radiowym biurem sprzedaży według dorocznego rankingu „Media Marketing Polska”. Za jakość, niezawodność i wyjątkowość Radio ZET było również nagradzane tytułem Superbrand w latach 2005-2012.

Istotnym elementem działań stacji są działania społeczne i charytatywne prowadzone w ramach Fundacji Radia ZET. Od 2008 roku Fundacja organizuje akcję SERCE, której celem jest niesienie pomocy dzieciom z chorobami serca. Od tego czasu udało się sfinansować dziesiątki bardzo kosztownych operacji ratujących życie oraz zakup specjalistycznego sprzętu medycznego dla klinik i oddziałów kardiologii i kardiologii dziecięcej. Dzięki Fundacji w 2013 roku powstanie pierwsza w Europie najnowocześniejsza pediatryczna sala hybrydowa pozwalająca na ratowanie życia najmłodszych pacjentów ze złożonymi wadami serca. Na jej wyposażenia Fundacja przeznaczyła 5 mln złotych i można śmiało powiedzieć, że dzięki temu wsparciu w Polsce rozpoczyna się nowy etap kardiologii dziecięcej.

Promocja Marki

Radio ZET w 2010 roku wdrożyło nową strategię marki. Jej efektem był m.in. rebranding, a także zmiana grupy docelowej. Od tego czasu Zetka adresuje swój program do dorosłych Polaków w wieku 28-49 lat. Stacja gra muzykę w formacie AC (*Adult Contemporary*). Radio ZET zgodnie ze swoją strategią chce być jak najbliższe słuchacza, dlatego obok kampanii angażuje się w różnorodne działania promocyjne, realizujące to założenie. Przykładem są tu m.in. letnie trasy koncertowe z udziałem największych muzycznych gwiazd z Polski i zagranicy. W 2012 roku na czterech koncertach „Lato ZET i Dwójki” wystąpiło 40 artystów, a wśród nich Oceana, Katie Melua, The Rasmus, Wilki, De Mono, Enej, Edyta Górniak, IRA czy Blue Cafe. Koncerty były transmitowane na antenie TVP2. Towarzystwo im również szeroko zakrojona promocja w prasie, internecie, telewizji oraz na antenie Radia ZET.

Kolejnym dużym wydarzeniem plenerowym i telewizyjnym był zorganizowany wspólnie z TVP1 i PZPN konkurs na oficjalny przebój reprezentacji Polski na UEFA EURO 2012™, którego zwieńczeniem był finałowy plenerowy koncert w Warszawie. Wyłoniono na nim zwycięzcę plebiscytu, a trener Franciszek Smuda oficjalnie zaprezentował skład reprezentacji Polski na mistrzostwa.

Oprócz wielkich koncertów, Radio ZET spotyka się ze słuchaczami podczas zimowych i letnich eventów plenerowych, takich jak: „Start do nart”, „Zimowy Puchar Radia ZET i Beskidzkiej Piątki”, „Ultra wakacje z Radiem ZET”, czy „Morze, góry i mazury”. Cyklicznie organizowane są również przedpremierowe, bezpłatne pokazy wielkich produkcji filmowych (w 2012 roku m.in. *Hobbit* czy *Skyfall*) w kinach na terenie całego kraju.

Stacja wspiera również patronacko ważne wydarzenia artystyczne, od koncertów przez premiery filmowe, teatralne czy książkowe.

Radio ZET to również nowoczesna promocja on-line, czyli internetowy *player*, dzięki któremu odbiorca może nie tylko słuchać radia, lecz także korzystać z wielu nowoczesnych narzędzi budujących bliskość ze stacją. *Player* umożliwia np. komunikację na *wall'u*, dzięki czemu słuchacz może „rozmawiać” z DJ-em w czasie rzeczywistym. Ostatnią nowością są wciąż pionierskie na naszym rynku *Hangouty* z gwiazdami muzycznymi organizowane we współpracy z wytwórnią EMI i Google+. Dzięki nim słuchacz ma możliwość porozmawiania „na żywo” (z obrazem) z ulubioną gwiazdą oraz wysłuchać jej koncertu *live*.

Wartości Marki

Radio ZET to Muzyka. Informacje. Zabawa. Oferta programowa stacji budowana jest i rozwijana w oparciu o te trzy filary.

Każdego dnia Radio ZET prezentuje zestawienie starannie dobranych, największych hitów muzyki popularnej, promując jednocześnie nowości, odkrywając nowe trendy i wspierając talenty muzyczne.

Radio ZET to również dziennikarstwo najwyższej klasy. Wiadomości – przygotowywane przez profesjonalny zespół redaktorów, reporterów i korespondentów zagranicznych – są często pierwszym źródłem informacji nie tylko dla słuchaczy, lecz również innych mediów informacyjnych na polskim rynku. Każdego dnia słuchacze Radia ZET otrzymują najświeższe, rzetelne informacje z kraju i ze świata, w tym te o wydarzeniach kulturalnych, sportowych i ekonomicznych.

Radia ZET – to pozytywna energia prowadzących, optymistyczne podejście do otaczającej nas rzeczywistości i odpowiednia dawka humoru na poziomie, czyli dobra zabawa. Nierozłącznym elementem programów jest zawsze bezpośredni kontakt ze słuchaczem i możliwość interakcji z prowadzącymi.

www.radiozet.pl



HISTORIA MARKI

1990: 28 września ma miejsce pierwsza emisja Radia ZET w Warszawie.

1994: Radio ZET staje się stacją ogólnopolską.

1996: Startuje Wielka Majówka Radia ZET z Maanamem (powtórzona w 1997 roku).

1999: Radio ZET podpisuje umowę o współpracy z CNN, stając się jego wyłącznym partnerem radiowym w Polsce.

2003: Radio ZET organizuje pierwszy w Polsce konkurs SMS-owy dla słuchaczy.

2005: Ustanowienie dorocznej Nagrody Radia ZET im. Andrzeja Woyciechowskiego.

2009: Strona www.radiozet.pl zostaje wzbogacona o internetowe kanały muzyczne.

2010: Radio ZET zmienia identyfikację wizualną.

2012: Radio ZET wprowadza nowy liner: Muzyka. Informacje. Zabawa.