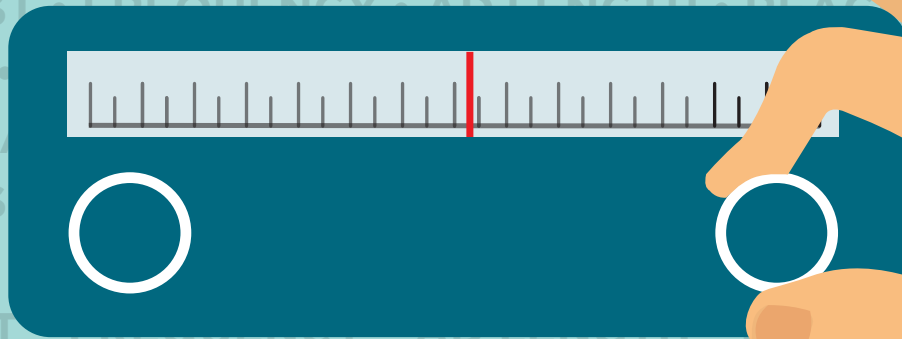
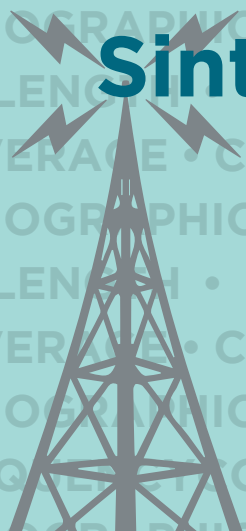


Sintoniza con el éxito



Cómo elegir la estación de radio adecuada para su programa nacional de prevención de la diabetes (DPP) reconocido por los CDC

Ya sea que compre espacio publicitario en estaciones de radio tradicionales o por Internet, elegir el tipo correcto de estación de radio y frecuencia es clave.

En una época de nuevas tecnologías de comunicación y redes sociales, la radio todavía puede ser un medio poderoso para llegar a audiencias diversas a través de todos los niveles de ingresos, educación, idioma y ubicación, incluidos lugares remotos donde el Internet y la tecnología no son fácilmente accesibles, así como para audiencias con menor alfabetización o acceso limitado a la televisión.

A través de la radio, podrá compartir cómo su programa de cambio de estilo de vida reconocido por los CDC impacta positivamente la salud de los participantes y la comunidad misma. Es una oportunidad para inspirar a los oyentes a hacerse la evaluación [de riesgo de prediabetes](#) y aprender más sobre el apoyo que recibirán en el programa. Esta hoja de consejos proporcionará sugerencias para elegir la mejor estación de radio y frecuencia para promover el DPP Nacional que mejor se alinee con los objetivos de su centro de salud.

Elegir una estación de radio y una frecuencia

1. Para elegir la mejor estación de radio y frecuencia, es importante conocer primero su presupuesto disponible. Consulte con la administración de su centro de salud para determinar un presupuesto de medios e investigar [los costos de publicidad en radio](#) (enlace disponible solo en inglés). Eso también determinará directamente la frecuencia de la promoción.
2. Determine los datos demográficos de su audiencia para ayudarlo a seleccionar la estación de radio adecuada. Las estaciones de radio generalmente tienen informes para compartir sobre los siguientes factores de audiencia:
 - Datos demográficos de la audiencia: necesidades del oyente, edad, intereses, antecedentes culturales e idioma
 - Fidelidad y compromiso de la audiencia: estadísticas de los oyentes
 - Ubicación de la audiencia: regiones o áreas geográficas específicas

Investigue costos de publicidad en Radio.

Los precios pueden variar según la ubicación y pueden variar desde \$200 hasta \$5,000 por semana dependiendo de la duración del anuncio, tamaño de audiencia oyente, y efectos de sonido.



Consejo profesional:

La hora del día también influirá en sus costos, ya que los anuncios en horas pico cuestan considerablemente más.

3. Busque una estación de radio que coincida con los objetivos de su audiencia y del programa al considerar las siguientes preguntas:
 - ¿La estación de radio está involucrada con mi audiencia de interés, participando en eventos, recaudación de fondos, ferias de salud, etc.?
 - Algunas estaciones de radio tienen la capacidad de traducir mensajes a varios idiomas. A menudo, las organizaciones quieren que los mensajes en varios idiomas lleguen a su público objetivo, pero carecen de la capacidad de traducir internamente. Hay estaciones de radio que pueden traducir mensajes directamente para que lleguen a audiencias diversas.
 - ¿Ofrece la estación anuncios únicos o series de radio para segmentos?
 - ¿La estación de radio tiene una distribución constante de oyentes a lo largo del día? ¿Cuáles son los mejores días y momentos en los que tienen más oyentes sintonizando? Esto le ayudará a determinar con qué frecuencia sus mensajes deben ser promovidos.
 - ¿La estación de radio tiene el nivel de alcance que desea? Si se está enfocando en una región específica y una audiencia deseada, y tiene un presupuesto más bajo, tal vez una estación de radio local sea la mejor para usted. Si desea llegar a nivel nacional a una audiencia más amplia, entonces una red de estaciones de radio más grande tendrá más oyentes y estará disponible en todo Estados Unidos, pero también requerirá un presupuesto más alto.

¡Echa un vistazo a este recurso!

Para encontrar estaciones de radio locales/nacionales, puede empezar usando la [herramienta de localización de radio](#).

4. Comuníquese con la estación de radio identificada y programe una reunión para discutir la publicidad. Es importante abordar estos factores directamente con cada estación de radio y no hacer suposiciones. Asegúrese de aclarar si ya tienen una programación centrada en la prediabetes / diabetes o temas de salud relacionados y solicite estadísticas específicas para mostrar su éxito con la participación del oyente.

La radio tiene la capacidad única de llegar a grandes números de individuos, pero al mismo tiempo, conectar a los oyentes con los recursos de la comunidad local. ¡A medida que comience a difundir la voz el programa y a elaborar mensajes clave sobre el programa de cambio de estilo de vida del DPP Nacional, tenga en cuenta estos consejos cuando elija la estación de radio adecuada para llegar a los participantes de su programa!

