

# Seminar 'Working with the media'

## 'How do the media operate?'

Antwerp, 21<sup>st</sup> September 2006

1. Things to consider when starting a media campaign
2. Media characteristics
3. Creative exploration
4. Future developments
5. Tips

# 1. Things to consider when starting a media campaign

- Context
- Core message
- Communication objective
- Target group
- Distribution
- Period
- Budget
- History

## 2. Media characteristics

- Specification of the media which meet the campaign's objectives based on
  - Qualitative criteria
  - Quantitative criteria
  - Technical criteria

## 2. Media characteristics : newspapers

### ▶ Qualitative

- Very involved reader
- Argumentation, information
- Credible medium

## 2. Media characteristics : newspapers

### ▶ Quantitative

- Significant circulation on 1 day
- Geographical selectivity
- Selective of men, over-40s and higher social groups

### ▶ Technical

- Short deadlines
- Reproduction quality is lower

## 2. Media characteristics : magazines

### ▶ Qualitative

- Editorial valorising context
- Image
- Informative
- Long-term effect

## 2. Media characteristics : magazines

### ▶ Quantitative

- Mass medium and niche medium

### ▶ Technical

- Excellent reproduction quality
- Long material and reservation deadlines



## 2. Media characteristics : House-to-house

### ▶ Qualitative

- Promotional context
- Short-lived

### ▶ Quantitative

- Geographically usable (to city/ and district level)
- High circulation, except for the highest social class

## 2. Media characteristics : House-to-house

### ▶ Technical

- Short deadlines
- Reproduction quality is lower

## 2. Media characteristics : TV

### ▶ Qualitative

- Strong high-quality communication (picture and sound)
- Demonstrative
- Image
- Activating

## 2. Media characteristics : TV

### ▶ Quantitative

- Prime example of mass medium, but more selective of inactive over-45s and lower social classes
- Strong rise in niche channels (MTV, local TV, business, life-style ...)

### ▶ Technical

- High production cost

## 2. Media characteristics : radio

- ▶ Qualitative
  - Activating
  - Accompanying medium

## 2. Media characteristics : radio

### ▶ Quantitative

- Extensive reach
- Selective of active people, youths, women, executives....
- Long listening time

### ▶ Technical

- Short deadlines
- Relatively low production cost

## 2. Media characteristics : posters

- ▶ Qualitative
  - Brand recognition
  - Activation
  - Short contact time

## 2. Media characteristics : posters

### ▶ Quantitative

- Extensive reach
- Selective of young, active, upscale people
- Wide offering

### ▶ Technical

- Geographically limitable to 1 region, 1 city, 1 neighbourhood



## 2. Media characteristics : internet

- ▶ Qualitative
  - Interactivity
  - Brand recognition

## 2. Media characteristics : internet

### ▶ Quantitative

- Limited cost
- Selective of men, youths, active people and social groups 1-4
- Limited click-through
- Measurable result

### ▶ Technical

- Short deadlines

## 2. Media characteristics : cinema

- ▶ Qualitative
  - Highest memorisation
  - Image

## 2. Media characteristics : cinema

### ▶ Quantitative

- Limited reach
- Complementary with TV
- Selective of youths from the higher social classes

### ▶ Technical

- High production cost

### 3. Creative exploration



Top Topicals in newspapers

### 3. Creative exploration

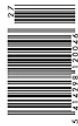


Blue Club  
Med paper



# 3. Creative exploration

Ice cover



'ICE AGE'



EXTRA BIJLAGE 64 BLZ.  
ROCK WERCHTER

IJSTIJD IN BED  
**GEEN ZIN  
IN SEKS?**  
LEG MIJ IN  
HET VRIESVAK



VERONIQUE  
DE KOCK  
**NAAKT**



'ICE AGE'  
Een lawine van cadeaus

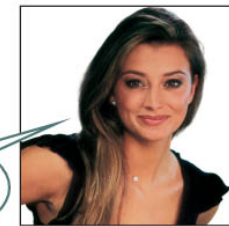


Koude douche, hé



EXTRA BIJLAGE 64 BLZ.  
ROCK WERCHTER

IJSTIJD IN BED  
**GEEN ZIN  
IN SEKS?**  
LEG MIJ IN  
HET VRIESVAK



VERONIQUE  
DE KOCK  
WEIGERT  
**NAAKT**  
TE POSEREN

### 3. Creative exploration



Message in advertising jingle





### 3. Creative exploration

#### Ikea bus stop



## 4. Future developments

- ▶ Interactive media (digital TV, web, mobile, Playstation, ...) open a world of new possibilities
- ▶ Interactive digital television (iDTV)  
= power of TV + interactive point-to-point communication
- ▶ EU analogue switch-off 2010 – 2012

## 4. Future developments : idtv

<b>Digital television</b>	<b>Interactive television</b>	<b>Interactive services</b>	<b>Communication</b>
Extra TV channels	Interactive programmes	Information pages	E-mail
Digital picture quality	Interactive TV ads	Entertainment	SMS
Premium channels	Video / television on demand	T-commerce	Chat
EPG	Enriched programmes	Classified ads	Online messaging
PVR	Opt-in programmes	E-government	Surveys

## 4. Future developments

### Impact on society :

- ▶ Increase in communication via screens
- ▶ No increase of media usage => Competition is rising
- ▶ Quality of content is essential
- ▶ Automatic content production target groups
- ▶ iDTV helps bridge the digital gap

# Tip 1 : Restrict yourself to the essence

## Doe mee met de Dag van de Technologie - 14 maart 2004

Waarom doen de dag van de technologie bij je op de Vlaamse radio, radio 2, 3 of 4, 10, 12, 13 en 14. Het maakt het leuk en leuk.

**Wat is de dag van de technologie of de Vlaamse radio?**  
De Vlaamse radio is een netwerk van radiozenders die de dag van de technologie verspreiden. Het is een netwerk van radiozenders die de dag van de technologie verspreiden. Het is een netwerk van radiozenders die de dag van de technologie verspreiden.

**Wat is de dag van de technologie of de Vlaamse radio?**  
De Vlaamse radio is een netwerk van radiozenders die de dag van de technologie verspreiden. Het is een netwerk van radiozenders die de dag van de technologie verspreiden. Het is een netwerk van radiozenders die de dag van de technologie verspreiden.

**Wat is de dag van de technologie of de Vlaamse radio?**  
De Vlaamse radio is een netwerk van radiozenders die de dag van de technologie verspreiden. Het is een netwerk van radiozenders die de dag van de technologie verspreiden. Het is een netwerk van radiozenders die de dag van de technologie verspreiden.

**Wat is de dag van de technologie of de Vlaamse radio?**  
De Vlaamse radio is een netwerk van radiozenders die de dag van de technologie verspreiden. Het is een netwerk van radiozenders die de dag van de technologie verspreiden. Het is een netwerk van radiozenders die de dag van de technologie verspreiden.

**Wat is de dag van de technologie of de Vlaamse radio?**  
De Vlaamse radio is een netwerk van radiozenders die de dag van de technologie verspreiden. Het is een netwerk van radiozenders die de dag van de technologie verspreiden. Het is een netwerk van radiozenders die de dag van de technologie verspreiden.

**Wat is de dag van de technologie of de Vlaamse radio?**  
De Vlaamse radio is een netwerk van radiozenders die de dag van de technologie verspreiden. Het is een netwerk van radiozenders die de dag van de technologie verspreiden. Het is een netwerk van radiozenders die de dag van de technologie verspreiden.

**Meer weten? Kun je kennis van de Vlaamse technologie in de wereld**

**Wat is de dag van de technologie of de Vlaamse radio?**  
De Vlaamse radio is een netwerk van radiozenders die de dag van de technologie verspreiden. Het is een netwerk van radiozenders die de dag van de technologie verspreiden. Het is een netwerk van radiozenders die de dag van de technologie verspreiden.

**Wat is de dag van de technologie of de Vlaamse radio?**  
De Vlaamse radio is een netwerk van radiozenders die de dag van de technologie verspreiden. Het is een netwerk van radiozenders die de dag van de technologie verspreiden. Het is een netwerk van radiozenders die de dag van de technologie verspreiden.

**Wat is de dag van de technologie of de Vlaamse radio?**  
De Vlaamse radio is een netwerk van radiozenders die de dag van de technologie verspreiden. Het is een netwerk van radiozenders die de dag van de technologie verspreiden. Het is een netwerk van radiozenders die de dag van de technologie verspreiden.

- ▶ Restrict yourself to the essence
- ▶ Align your carriers
- ▶ Adapt your message to your target group
- ▶ Contact : Vicky Vinck

BeMedia

Hangar 27, Rijnkaai 101

2000 Antwerpen

Belgium

Tel: 0032 3 212.10.52

[vicky.vinck@bemedia.be](mailto:vicky.vinck@bemedia.be)

[www.bemedia.be](http://www.bemedia.be)