



AMPLICAST

**Amplifica l'audience
dei podcast**





Dati di mercato

- Le **piattaforme di ascolto** sono molto popolate (+4 milioni di podcast; +50 milioni di episodi) e questo affollamento cresce ad un ritmo di +20k al mese (fonte: Podcast Industry Insight – Apple Podcast).
- I **trend di ascolto** in Italia sono in continua crescita (11,1 milioni a ottobre 2022, in crescita del 20% rispetto al 2021 – fonte: Digital Audio Survey 2022 – IPSOS).
- Le proiezioni delle **revenue pubblicitarie** del Digital Audio sono in crescita in Europa da € 471 mln del 2020 a € 1.500 mln nel 2023 (fonte: IAB Europe report).



Opportunità

- Il podcast è un formato in forte crescita e necessita di trovare il suo spazio nella Customer Journey dell'utente.
- Un podcast non è solo la produzione di un contenuto audio: per creare un'audience, produttori ed editori devono attivare un sistema di promozione.
- Le piattaforme di ascolto (Spotify, Google, Apple, Amazon) sono molto affollate ed è indispensabile promuovere il podcast online per farlo trovare.
- I potenziali ascoltatori navigano soprattutto sui siti, non solo sulle piattaforme di ascolto.
- **Bisogna far trovare il podcast dove gli utenti sono abitualmente**, e non limitarsi a spingerli sulle piattaforme di ascolto.



Opportunità

- Amplicast fornisce agli editori uno strumento efficace per **promuovere l'ascolto dei propri podcast** (autopromo).
- Lo stesso tool può essere utilizzato dalla concessionaria per **potenziare la proposta di progetti Branded** fatta ai clienti allo scopo di aumentare la proposta complessiva e l'audience del podcast collegato (promo).
- MDE diventa un partner esterno in grado di suggerire l'utilizzo di questo media promozionale ad aziende clienti e ad agenzie «amiche» produttrici di podcast, risultando quindi **un canale di vendita aggiuntivo verticale** di campagne pubblicitarie (revenue).



La soluzione Amplicast

- E' l'adozione da parte di un editore e della sua concessionaria di **tools specifici dedicati alla promozione e alla scoperta** del podcast (discoverability).
- Il podcast diventa ascoltabile, interamente o parzialmente, nelle pagine web degli editori a seguito di una campagna display opportunamente impostata (Rich Media).
- Il banner si presta ad essere distribuito tramite una normale campagna in **Reservation** o in **Programmatic**.
- Questi gli strumenti di amplificazione e revenues proposti:
 - Audio Discover
 - Audio Player



Audio Discover

Promozione dei podcast sui siti web

- Un banner visual che abbina alla grafica un singolo file audio ascoltabile in pagina.
- Al click sul tasto «play», l'utente ascolterà il contenuto della traccia audio: un trailer, un promo, un «best of», un contenuto creato appositamente per questo tipo di fruizione.
- Al termine della campagna sono disponibili i dati di impression erogate, CTR e tasso di ascolto.

[Clicca qui per una demo](#)



Audio Player

Ascolto di un podcast su una pagina web

- Un banner visual che abbina alla grafica un intero podcast ascoltabile in pagina.
- Al click sul tasto «play», si aprirà un box in overlay che contiene tutte le informazioni di un podcast, quindi testi, immagini e ovviamente tutti gli episodi ascoltabili.
- Al termine della campagna sono disponibili i dati di impression erogate, CTR e tasso di ascolto.

[Clicca qui per una demo](#)



Vantaggi per editori e concessionarie

- **Attivazione di un prodotto pubblicitario aggiuntivo** in Digital Audio dedicato ai podcast.
- Nuova proposta per clienti, agenzie e centri media con podcast da promuovere.
- Proposta combinata ai Brand di progetti podcast che combinano produzione + promozione specifica su media proprietari.
- Disponibilità ad accettare campagne da altri produttori di podcast con contenuti in linea con i temi proposti dall'editore.



AMPLICAST

è un progetto

MY VOXES

Podcast Factory

MDE

AUDIO STRATEGY