



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, sui social, 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.



La soluzione Amplicast

E' **un circuito di amplificazione dei podcast**, derivante dall'unione di due componenti:

- **opportunità di visibilità** grazie ad accordi con editori selezionati e con agenzie media
- **strumenti tecnologici dedicati** alla promozione e alla scoperta del podcast (discoverability)

Il podcast incontra la sua audience potenziale e diventa ascoltabile, interamente o parzialmente, sui social network, sulle pagine web degli editori e sulle piattaforme di ascolto, a seguito di una campagna di promozione dedicata con tools specifici.



La soluzione Amplicast

- La discoverability è resa possibile grazie ad **accordi specifici con editori premium italiani**, sia generalisti che verticali, dove è possibile utilizzare le soluzioni Amplicast.
- In unione con la disponibilità degli editori, aggiungiamo **accordi con agenzie e centri media** per la pianificazione delle campagne: un cliente può scegliere se attivare un budget specifico ex-novo o riservare una quota del suo budget già allocato.
- Il podcast beneficia così di una **spinta promozionale** facendosi trovare là dove gli utenti in target fruiscono o di altri podcast o di contenuti in linea con i temi proposti.



La soluzione Amplicast

- La discoverability è resa possibile grazie all'adozione di **tools specifici dedicati alla promozione dei podcast** in esclusiva per l'Italia.
- Si può far ascoltare uno spot, un trailer, un «best of» di puntata, una singola clip fino a tutti gli episodi che compongono il podcast.
- Questi gli strumenti di amplificazione proposti:
 - Spot audio su piattaforme di ascolto
 - Audiograms
 - Audio Discover
 - Audio Player



Spot

Promozione dei podcast sulle piattaforme di ascolto

- Uno spot audio studiato appositamente viene prodotto per essere oggetto di una campagna «audio su audio».
- Chi già ascolta podcast, quindi in target per il media utilizzato, riceve uno spot che promuove l'ascolto della nuova produzione. La targhettizzazione può essere aumentata applicando le categorie di podcast e dati di georeferenziazione.
- Alcune piattaforme (Spotify) accettano l'abbinamento con un banner visual che può essere cliccato.



Audiograms

Promozione dei podcast sui social network

- Social cards, composte da una creatività grafica personalizzata combinata ad un file audio (promo, trailer, estratto), che possono essere utilizzate come post sui social network per promuovere un podcast.
- Permettono di ascoltare una traccia direttamente su Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, YouTube là dove l'audio non è tecnologicamente abilitato.
- Gli audiograms si prestano ad essere utilizzati anche in campagne di sponsorizzazione dei post e sviluppate su community verticali, grazie ad una nostra collaborazione esclusiva con [Rankit](#).

[Clicca qui per una demo](#)



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.
- Il banner si presta ad essere distribuito tramite una normale campagna in Reservation o in Programmatic.

[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.
- Il banner si presta ad essere distribuito tramite una normale campagna in Reservation o in Programmatic.

[Clicca qui per una demo](#)



La proposta

Abbinare alla produzione di un podcast la creazione della sua audience

- Attivare un investimento collaterale e contestuale alla commessa di produzione che permetta di intercettare il pubblico target e generare da subito ascolti e followers.
- Il media mix sia editoriale sia di Spot, Audiogram, Audio Discover e Audio Player è studiato e proposto ad hoc sul singolo progetto e conforme alla disponibilità di budget media.
- Tutte le parti audio sono gestite e prodotte da noi, le campagne sono coordinate internamente con gli interlocutori di riferimento.



AMPLICAST

è un progetto

MY VOXES
Podcast Factory

MDE
AUDIO STRATEGY