

Spotify sluit deal voor 20 miljoen aan podcast-advertenties

13-07-2020 09:18



Mediabureau Omnicom gaat 20 miljoen dollar aan advertentieruimte inkopen bij podcasts op Spotify. Omnicom, dat onder meer McDonald en PepsiCo tot zijn klanten mag rekenen, gaat ook samen met Spotify onderzoek doen naar het optimaliseren van advertenties in podcasts.

Deze deal is een duidelijk voorbeeld van de toename van het belang van podcast. Tegelijkertijd wordt het potentieel ervan nog niet volledig benut. De meetbaarheid van het aantal luisteraars en het aantal geluisterde minuten kan nog beter. Omnicom en Spotify gaan hier ook samen in optrekken. Begin dit jaar introduceerde Spotify al het programma Streaming Ad Insertion waarmee adverteerders konden meten hoeveel luisteraars hun advertentie hadden gehoord.

De audiomarkt is zeker door de crisis gegroeid en biedt uitgevers nieuwe kansen. Dat ze daar nog niet voldoende gebruik van maken blijkt ook wel uit de lijst van Apple met de top 100 podcasts (in de USA): slechts een handvol van die 100 worden gemaakt door reguliere uitgevers. De voordelen voor uitgevers zijn echter voor de hand liggend: luisteraars geven je directe aandacht, podcasts worden overal beluisterd en omdat veel mensen podcast luisteren via de smartphone is het een medium waarmee je altijd en overal je doelgroep kunt bereiken.

David Huijzer