

Acast lanserar Keyword Targeting och öppnar upp nya möjligheter för podcastannonsering

Acast AB (publ), världens största oberoende podcastföretag, släpper nu tillägget Keyword Targeting till sin plattform, Acast Marketplace, något som öppnar upp för kontextuell annonsering. Den egenutvecklade funktionen gör det möjligt för annonsörer att rikta sig mot specifika ord och fraser i enskilda podcastavsnitt.

"Keyword Targeting hjälper oss att matcha fantastiska podcasts och lyssnare med rätt annonsörer - oavsett storlek på podcasten. Vi har en värdefull tillgång av outnyttjat annonsutrymme i vår växande bas på 88 000 podcasts, många av dem i segmentet mellanstora podcasts. Dessa erbjuder goda möjligheter till engagemang och ROI för mindre annonsörer, exempelvis små och medelstora företag, som vill annonsera i podcasts men som kanske har mindre resurser än de stora varumärkena. Keyword Targeting är en del av vår vinnande teknik för att matcha podcasts med annonsörer på ett skalbart sätt och därmed sälja annonser i fler podcasts, som ännu inte nått sin fulla potential" säger Ross Adams, VD för Acast.

Med Keyword Targeting kan annonsörer anpassa sitt budskap till det mest kontextuellt relevanta innehållet i ett podcastavsnitt. Detta ökar träffsäkerheten avsevärt, ger mer värde per krona och skapar en mer relevant reklamupplevelse för lyssnarna.

I takt med att efterfrågan på podcastannonsering fortsätter att växa, blir det allt viktigare för annonsörer att skydda sitt varumärke och att alltid kopplas till ett lämpligt sammanhang. Keyword Targeting förbättrar Acasts befintliga funktioner för att skydda varumärken genom möjligheten att kunna utesluta specifika nyckelord.

Tidigare i år [lanserade Acast en ny svit med funktioner](#) kallad Conversational Targeting där avancerad teknik transkriberar och kategoriserar podcastavsnitt. Keyword Targeting är det andra av flera verktyg som nu släpps. Båda dessa gör det möjligt för annonsörer att rikta sig mot relevanta podcastavsnitt och finns nu tillgängliga språk som engelska, spanska, franska, tyska, italienska, holländska, svenska och norska. Fler språk kommer att läggas till inom en snar framtid.

Lanseringen av Keyword Targeting följer på [en annan förbättrad annonsörsfunktion](#) från Acast som nyligen släpptes – möjligheten för annonsörer att för första gången någonsin, kunna integrera sin egen förstapartsdata i podcastkampanjer.

För mer information

Emily Villatte, CFO och vice VD, Acast
Tel: 076 525 01 42
E-mail: emily.villatte@acast.com

Ross Adams, VD, Acast
E-mail: ross@acast.com

Investor Relations:

Annika Billberg
Tel: 070 267 97 91
E-mail: annika.billberg@acast.com

Patrick Elo
Tel: 070 427 25 45
E-mail: patrick.elo@acast.com

Om Acast

Acast är världens största oberoende podcastföretag. Sedan Acast grundades 2014, har företaget brutit mark inom det öppna podcastekosystemet – genom att göra podcasts tillgängliga på alla lyssningsappar. Acast tillhandahåller en marknadsplats som hjälper poddkreatörer nå ut till rätt publik för att monetisera sitt innehåll. När de tjänar pengar, så tjänar vi pengar. Idag hostar Acast nära 88 000 podcasts, med över 430 miljoner lyssningar varje månad. Företaget verkar över hela världen och har sitt huvudkontor i Stockholm. Acast är noterat på Nasdaq First North Premier Growth Market. Certified Adviser är FNCA Sweden AB, info@fnca.se, +46 (0) 8528 00 399.

Bifogade filer

[Acast lanserar Keyword Targeting och öppnar upp nya möjligheter för podcastannonsering](#)