Acast lanserar realtidsplanering för podcastannonsering

Den nya tjänsten innebär att Acasts självbetjäningsplattform för podcastannonsering integrerar en live-vy över tillgängliga podcasts, vilket ökar skalbarheten för den stora bas av annonsutrymme som finns hos Acast.

Acast, världens största oberoende podcastföretag, fortsätter att utveckla självbetjäningsplattformen Self-Serve med verktyg för att planera kampanjer i realtid för både annonsörer och poddkreatörer.

Den nya lösningen förbättrar effektiviteten i medieplaneringsprocessen genom att annonsörer får en uppdaterad vy över tillgängligheten för sponsrade inlägg, det vill säga annonskampanjer som läses in av podcastvärden själv. Genom den nya funktionen, Availability Calendar, kan annonsörer nu se både tillgängliga annonsplatser för sponsrade inlägg över hela Acasts marknadsplats i realtid samt priset för varje podcast, för att säkerställa att det passar kampanjbudgeten. Processen är lättöverskådlig och minskar tiden betydligt för att planera och boka kampanjer med sponsrade inlägg. Därtill blir det enklare att distribuera annonsinvesteringarna över flera podcasts samtidigt.

"Globalt är annonsinvesteringarna för podcasts skevt fördelade till de största och mest välkända poddkreatörerna, men genom att förbättra planerings- och sökverktygen för annonsörer ökar Acast synligheten och skalbarheten för de mer än 100 000 podcasts som finns i vårt nätverk", säger Ross Adams, VD för Acast.

De nya verktygen ger också poddkreatörer större överblick över sina möjligheter att tjäna pengar, genom den nyligen lanserade funktionen AdCollab.

I AdCollabs kreatörsportal kan poddkreatörerna nu omedelbart se en lista över alla företag och varumärken som är intresserade av att samarbeta med dem. Portalen gör det sedan möjligt för poddkreatörer att direkt acceptera eller avvisa ett annonsförslag från en annonsör. Vid accept kan de direkt koppla sig till annonsören för att samarbeta och planera produktionen. Det gör att poddkreatörer enkelt kan identifiera och agera på fler möjligheter och därmed använda sin kreativitet för att växa och tjäna pengar.

Verktygen för samarbete och medieplanering i realtid är fortsättningen på en rad nyheter kopplat till Acast Self-Serve. I juni gjorde Acast sponsrade inlägg tillgängliga på plattformen, vilket ger annonsörer tillgång till den största marknadsplatsen för podcastinfluencers. Strax därefter presenterades Acast AdCollab, som ger en effektiv samarbetsprocess mellan annonsörer och poddkreatörer. I AdCollab introducerades också en automatiserad köpprocess för sponsrade inlägg. Sammantaget har detta gjort att tiden för att boka kampanjer har minskat med 85 procent.

"Vi fortsätter att skapa effektivitet genom utveckling av skalbara försäljningskanaler. Genom att lansera vår Self-Serve för annonsering och introducera AdCollab på marknaden har Acast gjort det enklare än någonsin att boka och producera annonskampanjer i podcasts", säger Ross Adams, VD för Acast.

Sedan lanseringen i november förra året har Acast Self-Serve för podcastannonsering vuxit och används nu av annonsörer av olika storlekar och branscher, från små och medelstora företag till välkända varumärken och även av poddkreatörerna själva. Sedan lanseringen har närmare 40 procent av annonsörerna bokat fler än en kampanj.

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

Sedan 2014 har Acast arbetat med att utveckla världens mest kraftfulla marknadsplats för podcasts och byggt upp den teknik som kopplar samman poddkreatörer, annonsörer och lyssnare. Denna marknadsplats sammankopplar fler än 100 000 podcasts med 2 300 annonsörer och har mer än 400 miljoner lyssningar varje månad. En avgörande faktor är att dessa lyssningar genererar intäkter, var de än sker - via podcastappar eller andra lyssningsplattformar.

Bolaget är verksamt över hela världen och har sitt huvudkontor i Stockholm, Sverige. Acast är noterat på Nasdaq First North Premier Growth Market (ACAST.ST).

Bifogade filer

Acast lanserar realtidsplanering för podcastannonsering