

Acast introducerar Self-Serve Platform för att möjliggöra för fler varumärken och annonsörer att annonsera i podcasts

Acast, världens största oberoende podcastföretag, har utvecklat en ny reklamplattform för självbetjäning, vilket möjliggör för företag och varumärken i olika storlekar och med varierande budgetar att nå en mycket engagerad publik via de drygt 88 000 podcasts som finns tillgängliga via Acast Marketplace. Den nya plattformen gör det möjligt för annonsörer att själva aktivera sin annonsstrategi för podcasts och skapar därmed ytterligare möjligheter för Acast att tjäna pengar på sin ad-techplattform.

"Denna nya plattform är ett viktigt steg i att demokratisera den globala podcastannons-branschen eftersom den gör det möjligt för annonsörer att starta sin resa inom podcastannonsering i en skala som passar deras behov och budgetar. För Acast öppnar det upp ytterligare en intäktskanal där vi kan rikta in oss på en bredare bas av vårt stora utbud av podcasts och automatisera annonsförsäljningen ytterligare. Det här är ett viktigt steg i vår strategi att bli nummer ett i podcasting-industrin", säger Ross Adams, VD för Acast.

Acasts Self-Serve Platform görs tillgänglig globalt för annonsörer lagom till julhandeln. Enligt [Deloitte's annual holiday forecast](#) förväntas detaljhandelsförsäljningen uppgå till nästan 1,5 biljoner dollar under perioden november till januari.

Små och medelstora företag (SME) är väl rustade att möta högre efterfrågan den här julen. Enligt [Capterras 2022 Holiday Retail Preparations Survey](#), förväntar sig 63% av SMEs en ökad omsättning jämfört med 2021. Dessutom visade samma undersökning att 45% av SMEs planerar för fler kampanjer under julhandeln i år som en följd av inflationen och 85% förväntar sig att öka utgifterna för marknadsföring under julhandeln i en eller flera kanaler.

Acasts Self-Serve Platform passar särskilt små och medelstora bolag, men är även en smart väg för poddkreatörer att bli annonsörer och marknadsföra sina egna shower och produkter för sin publik i podcastvärlden.

Acast är världsledande inom annonsering i podcasts och arbetar med mer än 2 400 annonsörer varje år. Acast samarbetar både med mindre företag och med stora varumärken som exempelvis Amazon, State Farm, Macy's, Ikea, Klarna och Ulta Beauty.

För mer information om Acasts Self-Serve Platform, besök: <https://www.acast.com/advertising/self-serve>.

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 över 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 introducerar Self-Serve Platform för att möjliggöra för fler varumärken och annonsörer att annonsera i podcasts](#)