

Gdynia, 23.11.2020 r.

Targetowanie reklam radiowych online.
Potencjał innowacyjnych rozwiązań marketingowych.

Osobista forma kontaktu z użytkownikiem i reklamy odporne na Adblocka. To największe atuty przekazów marketingowych emitowanych w stacjach radiowych online, podcastach i innych treściach opartych na audio w Internecie. Firma AdTonos, wyspecjalizowana w obsłudze kampanii programatycznych, przez ostatnich dziesięć miesięcy wyemitowała aż 63 159 425 playoutów.

Kampanie programatyczne pozwalają lokalnym markom kształtować przekaz reklamowy w dobie wąsko sprofilowanych stacji internetowych. Podejmowane działania są efektem coraz większego zainteresowania podcastami i audycjami radiowymi emitowanymi w Internecie.

Jak dotrzeć do precyzyjnej grupy docelowej?

Specyfiką tego typu kampanii jest możliwość bardzo dokładnego określenia profilu odbiorcy. Programmatic audio pozwala ustawić reklamy na przykład według kryterium płci, wieku, lokalizacji czy zainteresowań. Dzięki temu, właściciel lokalnej kwiaciarni czy dealer samochodowy może reklamować się w ogólnopolskiej stacji radiowej, docierając do potencjalnych klientów, którzy znajdują się w okolicy jego firmy. Dla stacji radiowej jest to dodatkowe źródło dochodu, które może być właściwym sposobem na pokrycie kosztów inwestycji w rozwój radia w Internecie.

Jak to wszystko działa? Posłużmy się przykładem. Jeśli słuchacz korzysta z określonej stacji radiowej za pomocą tradycyjnego odbiornika w samochodzie lub ustawionego na komodzie w domu i jednocześnie będzie słuchać tych treści z aplikacji uruchomionej przez jego ulubioną stację radiową, to usłyszy różne bloki reklamowe. Reklamy w aplikacji będą dopasowane bezpośrednio do jego profilu i zainteresowań. System „podmienia” reklamy w sposób całkowicie niezauważalny dla słuchacza. Oprogramowanie rozpoznaje, kiedy rozpoczyna się blok reklamowy i układa reklamy zgodnie z „zadany” wcześniej profilem użytkownika. Skuteczność sięga w tym przypadku 99,5%. Dedykowany algorytm uczy się, w jaki sposób poszczególne stacje radiowe miksują dżingle reklamowe, dlatego przejście bloków reklamowych jest płynne. Słuchacz nie ma świadomości, że reklamy zostały podmienione.

Jesteśmy jedną z trzech firm na świecie, które stworzyły technologię wymiany streamu audio w czasie rzeczywistym. Dzięki temu możemy realizować kampanie programatyczne audio w oparciu o własną technologię. Dziesięć pierwszych miesięcy 2020 roku pozwoliło nam wygenerować ponad 63 miliony playoutów. 16 milionów z nich zostało wyemitowanych w polskich stacjach online. Na zagranicznym, bardziej doświadczonej rynku, sprzedaż reklam odbywa się już w pełni automatycznie, a także na zasadzie bidowania stawki za emisję reklamy. O skuteczności takich działań świadczy fakt, że według

*światowych badań 80% słuchaczy podcastów akceptuje reklamy. Ponad 60% z nich kupuje po wysłuchaniu reklamy w trakcie podcastu. Gdy dodamy do tego „odporność” na systemy blokujące, otrzymujemy skuteczny sposób prezentowania swoich produktów i usług – powiedział **Michał Marcinik, prezes AdTonos, platformy specjalizującej się w audiomarketingu.***

Reklamy programatyczne w segmencie audio sprawdzają się w każdej branży, choć doświadczenie AdTonos pokazuje, że szczególnie dobre wyniki osiągane są przez kampanie przygotowywane dla klientów działających głównie w sektorach e-commerce, motoryzacyjnym, FMCG, branży finansowej czy usługowej. Powodem takiej skuteczności jest możliwość bardzo dokładnego określenia grupy docelowej. Jest to możliwe, ponieważ operatorzy audiomarketingu mają do dyspozycji ogromną bazę kategorii, do których przydzielany jest odbiorca reklamy.

Platforma AdTonos stworzona i zarządzana przez firmę **Radio Net Media** działa w modelu marketplace, łącząc reklamodawców z wydawcami i oferując zakup mediów w modelu efektywnościowym. Główną formą reklamy, poza znanym już na polskim rynku rozwiązaniem pre-roll, jest innowacyjny mechanizm zamiany reklam oryginalnie nadawanych przez nadawcę radiowego w czasie rzeczywistym w sposób niezauważalny dla słuchacza. Daje to reklamodawcom możliwości znane z form reklamy internetowej, a stacjom radiowym narzędzie do skutecznego konkurowania o budżety reklamowe wydatkowane w Internecie.

Więcej informacji:

<https://www.adtonos.com/pl/>

Kontakt dla mediów:

Bartosz Sosnowka

communications manager

M: 517 476 361

E: bartosz.sosnowka@dwapiar.pl

Katarzyna Bargielska

CMO & Co-Founder

Radio Net Media/AdTonos

Mobile: +48 794 729 116

e-mail: kasia@adtonos.com