

A PODCASTOKHOZ RENDELHETŐ HIRDETÉSI MEGOLDÁSOK A NAGYVILÁGBAN

Internet Hungary 2022
2022.10.05

VOLVO

Podcast prémium márka hirdetői szempontból

1. **Miért?** Értékek és érdekek

2. **Miként?** 3 megvalósult márkaépítő megoldás

3. **Merre tovább?** Tapasztalatok, tanulságok, tennivalók



VOLVO

A Volvo az első hazai podcast hirdetők között - Miért?



Prémium szinergia

Közönség: aktív, magas vásárlóerő és képzettség, digitálisan érett, innovációkra nyitott, tudatos*

Tartalom: személyes fejlődést segítő, energiát adó, inspiráló



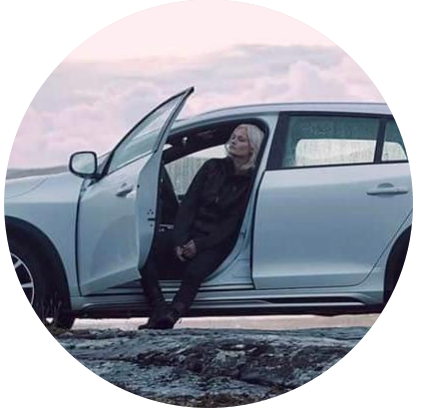
Figyelem minősége

Végtelen tartalom, limitált idő

» On-demand választás

» Kritikus tömeg (reach/hét: internetezők 12%-a, 800e fő*)

Tervezett, aktív bevonódás, nyugodt szituáció, végighallgatják (~90%**)



Márka kapcsolódás

Audio, infotainment: vezetési élmény organikus része

» 20-30p autóban, üresjáratok

Biztonság: fejben kezdődik

» érték és érdek a mentális jóllét

Limitált budget & nagy ambíciók »pionír projektek küldetés mentén



Feltöltő értékteremtés

Tartalom: felhasználói VS szerkesztett

Hirdetők: globális platformok

- Szerkesztett minőség finanszírozása– fogyasztói érték, hirdetői felelősség!
- Érdek is a brand safe/suitable, tömegelérésre alkalmas tartalmi környezet teremtés

*Forrás: IAB Podcast Insight Hungary 2021 **Forrás: Betone Studio

Főtámogatói szponzoráció „csavarral” töltve
3x12 epizód, 2019.okt. -2021.dec.

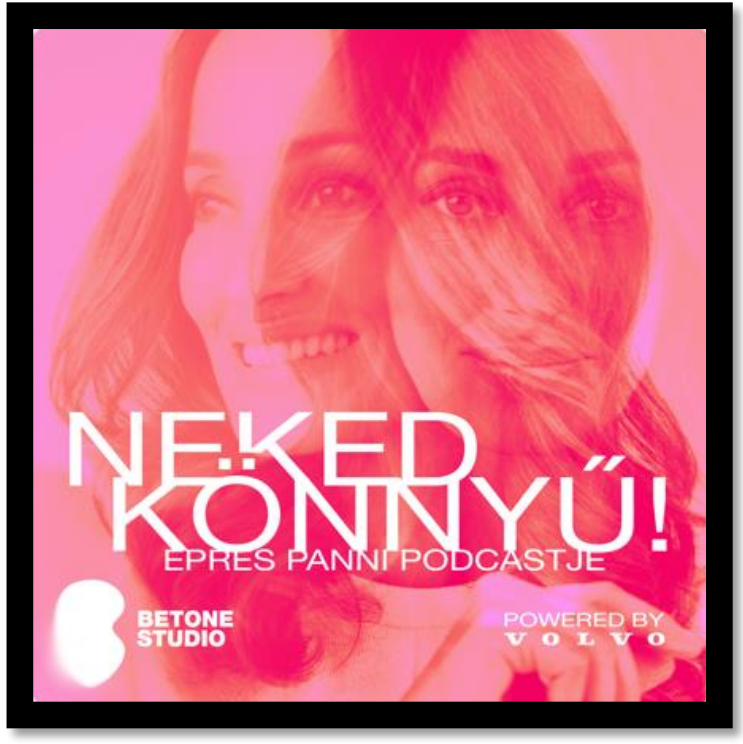
1. Kihívás
   - Márka és termék kommunikáció: innováció a fenntarthatóságban & Recharge elektrifikált modellcsalád
2. Ötlet és Kivitelezés
   - Újító, sikeres emberek, akik bátran szembe mentek az árral -> innováció, fenntarthatóság
   - Host-read ad (elején), támogató szpot (végén - S.Hegyi Lucia spec. bőrmentesség), arculati megjelenés, Betone Studio műsorpromók, social posztok
   - Extra szponzorált inspirációs műsorblokk: feltölt(őd)és
3. Eredmények – 2021 top 10-ben!
   - 4 évad összes meghallgatás: 501.010*
   - 4 évad összes egyedi hallgató: 273.386*
   - 3 évad szponzorált – az egészet összekapcsolják a márkával!



*Forrás: Betone Studio, 2022. 10.03-ig. IAB USA measurement guideline, min. 1 perc, aggregált szám (különböző lejátszók)

Főtámogatói szponzoráció 2022/márc.-jún. & okt.+ ☺

1. Kihívás
   - Biztonság, mentális jóllét –> pozitív, autentikus kontextus, hosszútávon
   - Egyszerű (budget & erőforrás hiány), DE szponzorszpotnál több
2. Ötlet & kivitelezés
   - Főtámogató: asszociációs feladat, egyszerű, hosszútávú
   - Panni: szinergia ex vízilabda szponzorációval (sportolói közönség), törődés érték (őszinte, empatikus, felkészült, hiteles)
3. Eredmények (1. évad, 8! epizód -)
   - Összes meghallgatás: 46.760*
   - Összes egyedi hallgató: 33.227*
   - Boldogság, önismeret a legnépszerűbb témák



*Forrás: Betone Studio, 2022. szeptemberig, IAB USA measurement guideline, min. 1 perc, aggregált szám (különböző lejátszók)

VOLVO

Márkázott tartalom
Hangoskönyv podcast 2020. okt.-dec.

1. Kihívás
   - Világjárvány, újratervezés, előremenekülés - > újrainduláshoz márkaépítés (+Recharge modellcsalád)
   - Inspiráló értékteremtés – progresszív, kultúrára fogékony közönség
2. Ötlet és Kivitelezés:
   - 18 kortárs magyar író, 27 novella, Radnóti Színház, Magvető Kiadó, Nyáry Krisztián ajánlók, Tilla host, Betone Studio szerkesztés
   - Kampány: Margó Feszt, Spotify szpot, beharangozó kisfilm YouTube, social posztok, Betone cross-promo (Lapozz a 99-re stb.), PR, eDM
   - Vakok és gyengénlátók: spec. verzió
3. Eredmények
   - Apple toplistájának élén debütált, 4.9/5 értékelés
   - 75.000 letöltés / 3 hónap, azóta 164ezer+, 57ezer+ egyedi hallgató*
   - Arany Penge & Effie & OVA podcast és videoverseny shortlistek





Forrás: Betone Studio, 2022. 10.03-ig IAB USA measurement guideline, min. 1 perc, aggregált szám (különböző lejátszók)

VOLVO

Merre tovább? Tapasztalatok, tanulságok, tennivalók



Van: Kontextuális célzás, platformok közötti aggregált adat & IAB USA standard

Nincs: Hazai független, állandó hallgatottságmérés -> eltérések műsorszolgáltatók között

„Nyílt végű”, folyamatosan növekvő hallgatottság -> mérés időeltolással!



Extra energia:

- Átgondolt, autentikus kapcsolódás
- Márkázott tartalom:
  - ügyfél & ügynökség & gyártó együttgondolkodás
  - A craft a minőségi kivitelezés: látványos a befektetett munka



Érzékeny műfaj, érettséget igényel:

Láthatóság <-> harsányság: Hirdetési keretek kreatívan DE: a reklámszagú „PR-bullshit” kontraproduktív

-> Nem az a jó itt, ha direktben azt mondjuk, amit a márka akar, hogy gondoljanak róla, a fogyasztóban magától fogalmazódjon meg!

Köszönöm a figyelmet!

VOLVO

Dinnyés Krisztina
krisztina.dinnyes@volvocars.com