



Programmatic Audio

Már a hangszóróból is
programmatic szól...





Minden ezzel kezdődött...

Az AT&T banner hirdetése 1994-ből

1994 október 27-én a Wired Magazine honlapján a hotwired.com oldalon jelent meg a világ első bannerhirdetése, amit az AT&T készített.

- 468x60 px
- 44%-os CTR





Majd ez lett belőle..

Minden kijelző egy lehetőség!

A “Programmatic Everywhere” már nemcsak a hagyományos display csatornákat hálózta be, így a Display mellett már a TV és az out-of-home piacot is kezdi meghódítani. Sőt!!!





**És már nemcsak a
vizuálisan akar
hatni!**



Programmatic Audio





Megfelelő helyen...

És időben, a megfelelő embernek!

Idén már 191,6 millió felhasználó hallgat online rádiót vagy egyéb streamelt audio tartalmat. **(Forrás: Statista)**

A legnagyobb szereplők már léptek:
Spotify, SoundCloud, Tune In, Pandora,
Google





Mi is ez pontosan?

Hirdetések automatikus beillesztése és eladása különféle audiótartalmakban (pl. podcast, digitális rádió, streaming szolgáltatás).

A programmatic TV-hez hasonlóan, az internet előtti időkben jól működő hirdetési csatornák (pl. rádió) modernizálására jött létre kihasználva a digitális tér adta lehetőségeket.



De ez sem új dolog...

A DAAST szabvány már 2014-ben létrejött, ám mégsem terjedt el széleskörűen a technológia.

A DAAST reneszánszát egy 2018 novemberi esemény hozta, amikor a DAAST szabvány beolvadt a VAST 4.1-es népszerű IAB standardba, elérhetővé téve az audio-only formátumot.



~~WINTER IS COMING~~

New formats are Here



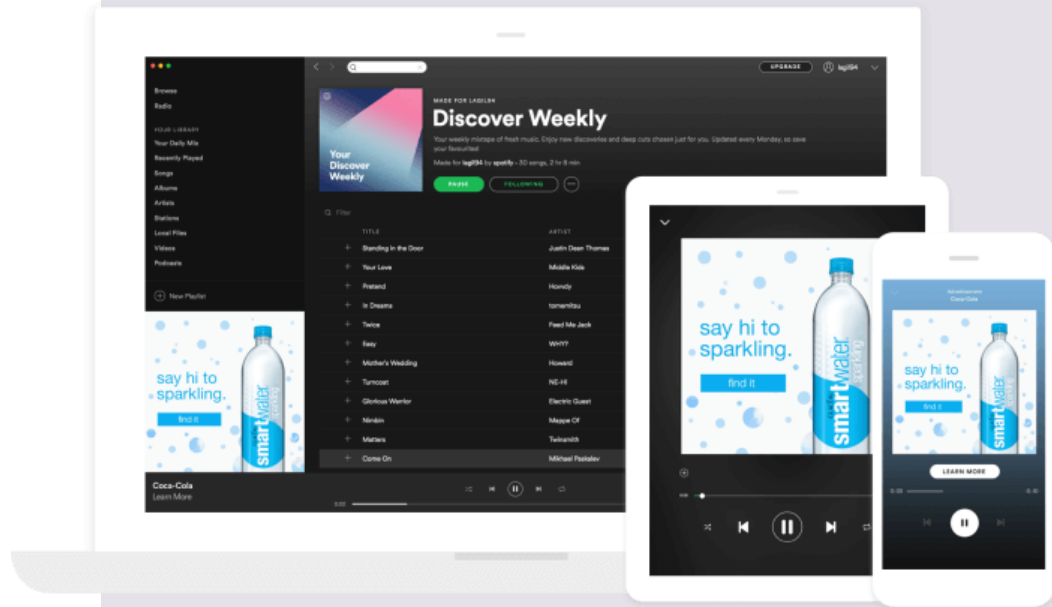


Kiegészítő hirdetés

Audio + display

Az audio hirdetés lejátszása közben megjelenített display banner

- Egyszerű üzenet (logó + CTA)
- Awareness + forgalomterelés





Átugorható hirdetések

Pre-roll

- Az audiotartalom előtt lejátszott hirdetés
- **Előnye:** közvetlen felhasználó elérés
- **Hátránya:** nagyobb eséllyel bouncolnak a felhasználók
- **Hossza:** rövid

Mid-roll

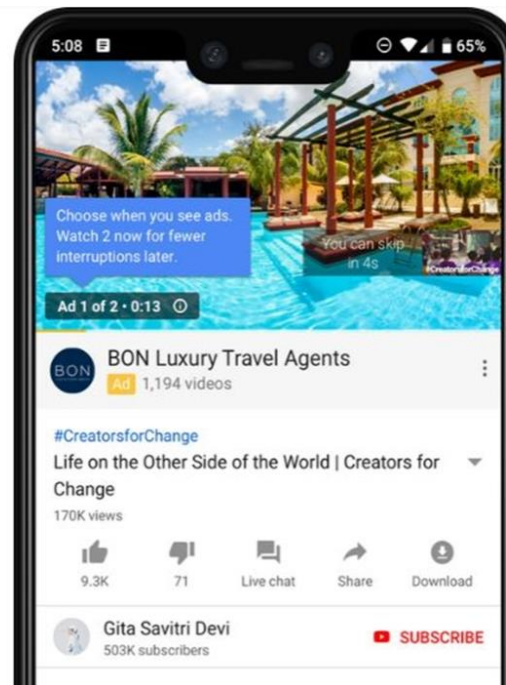
- Az audiotartalom közben lejátszott hirdetés
- **Előnye:** engagement növelő
- **Hátránya:** hamar átugorhatják a hirdetést
- **Hossza:** hosszabb



Hirdetési slotok

Ad pod

Hirdetési helyek egy vagy több audiohirdetés számára. Hasonlóval a YouTube is kísérletezik: 2 pre-roll vagy mid-roll (átugorható) hirdetést jelenít meg a felhasználóknak egy hirdetési slot-on belül.





Mik az előnyei?





**Nemcsak a reach
növeléséről szól!**

Nagyobb engagement

Maximális figyelem

- A hirdetés lejátszásakor nincs versenytárs, ami elvonná a figyelmet, így kevesebb a zavaró tényező
- A hallgatók 90%-a fülhallgatón keresztül hallgat podcastot (intim közeg)
- AdBlock rezisztens

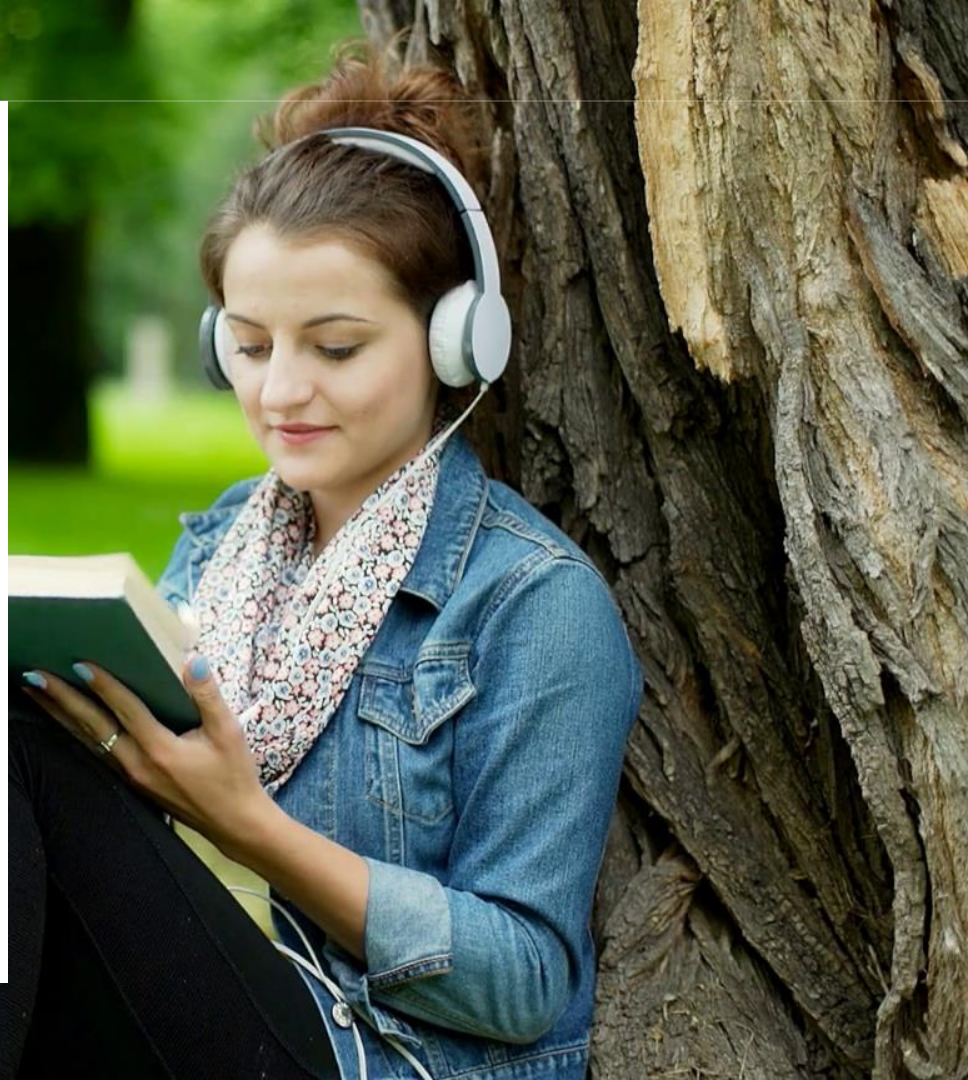




További előnyök

A teljesség igénye nélkül..

- Minőség és bizalom: prémium audio inventory
- Kontroll: private marketplace-k elterjedése
- Share of Voice: akár 100% SOV
- Adatvezérelt megoldások





Egyre növekvő inventory

pandora[®]

rubicon[®]
PROJECT



Google





**De vannak még
problémák...**

Még nincs kész..

Display-re (és videóra) szabott világ

- A VAST 4.1 bevezetésével javult a helyzet, de a legtöbb ad szerver nem kompatibilis az új szabvánnyal
- Új standard metrikák kellene, mert a cost-per-click vagy az impression nem igazán passzol ehhez...





Köszönöm a figyelmet!

Dobos Krisztián
k.dobos@mito.hu