

Spotify Advertising lancia la sua prima campagna globale B2B â?? di Daniela Giannace

Descrizione

TAG: Business & Marketing, In Evidenza, Lifestyle, Marketing, audio, B2B, contenuti audio, inserzionisti, piattaforma, Spotify, Spotify Advertising

Si intitola â??**All Ears On Youâ??** la prima campagna globale B2B di **Spotify Advertising** che si rivolge ad inserzionisti, editori e creator. Lâ??obiettivo Ã" quello di mostrare come raggiungere un pubblico coinvolto e attento mentre ascolta **contenuti audio** sulla piattaforma. Lâ??ascoltatore ideale infatti non ha distrazioni quando fa uso di questa **applicazione** durante la giornata, ma Ã" come se fosse immerso in una bolla. La creativitÃ di â??All Ears On Youâ?• Ã" di FCB New York. Previsti in Italia video digitali, attivazioni sui social media e contenuti audio. La campagna si inserisce in un periodo in cui la **pubblicitÃ audio digitale** Ã" fondamentale per i professionisti dellâ??advertising. Inoltre, la nuova ricerca **Spotify Sonic Science**, in collaborazione con Neuro-Insight, ha confermato lâ??importanza dei contenuti audio. Questi contenuti, in particolare quelli di Spotify, ottengono maggior coinvolgimento rispetto ai social, ai video digitali, alla TV e alla radio.

La nota del Director of Sales

â??Gli inserzionisti stanno lottando per riuscire a raggiungere i consumatori che sono costantemente bombardati da messaggi pubblicitari e sono piÃ¹ distratti che mai. All Ears on You mette in evidenza come Spotify sia in grado di distinguersi dalla concorrenza grazie a un pubblico attento e coinvolto nellâ??esperienza di ascolto. Siamo entusiasti di lanciare questa campagna per stimolare inserzionisti, creator ed editori a sfruttare lâ??opportunità che lâ??audio digitale e Spotify offrono loroâ?•, ha spiegato in una nota **Alberto Mazzieri, Director of Sales di Spotify Italia**.

Il commento del Direttore Creativo Esecutivo di FCB New York

Gary Resch, Direttore Creativo Esecutivo di FCB New York, ha aggiunto: â??Questa campagna Ã" nata dallâ??intuizione che gli ascoltatori non sono semplicemente su Spotify. Sono â??dentroâ?? Spotify: completamente immersi, veramente presenti e non distratti dal rumore che li circonda. E questo spazio mentale allâ??insegna della concentrazione ha un valore enorme per gli inserzionisti su Spotify. Il dispositivo di ascolto diventa una bolla per gli utenti e dÃ magicamente vita a uno spazio personale e impermeabile, ed Ã" una piattaforma duratura che puÃ² prendere vita attraverso ogni tipo di esecuzione e iterazione nel corso del tempoâ?•.

Hits: 0

Lâ??articolo [Spotify Advertising lancia la sua prima campagna globale B2B](#) proviene da [CIAOUP News & Advertising Influencer](#).

Categoria

1. MARKETING NEWS

Data di creazione

13 Ottobre 2021

Autore

default watermark