

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??opportunitÃ 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