

7 Nuove soluzioni Podcastory lancia "Podcast Insight", il sistema di analisi, ricerca e consulenza del branded content

Nuove soluzioni Podcastory lancia "Podcast Insight", il sistema di analisi, ricerca e consulenza del branded content

Come trasformare un concept in un contenuto audio efficace per comunicare i valori del brand. Uno strumento che si articola in tre servizi principali: Pure Insight, Consulting e Brand Lift

Una comunicazione efficace, attraverso i podcast e non solo, deve necessariamente tenere conto delle preferenze e delle esperienze di ascolto da parte dell'audience. Per questo motivo, nel suo ruolo di creatore di branded content, Podcastory ha lavorato allo studio e alla realizzazione di un sistema di analisi, ricerca e consulenza, chiamato Podcast Insights, per trasformare quello che può essere un concept o una semplice idea in un podcast valido e soprattutto effica-

ce per monitorarne i risultati. Podcast Insights si articola in tre servizi principali: Pure Insight, Consulting e Brand Lift. Pure Insight è dedicato alla definizione del progetto di un podcast e parte da un'analisi preventiva resa possibile da un sondaggio di tipo qualitativo realizzato su un panel di ascoltatori qualificato, a cui viene sottoposto un pitch, un talent o un pilota e, sulla base di ciò che il panel restituisce in risposta al sondaggio, si produce un audio content nella sua migliore



versione, offrendo quindi al cliente un servizio "cucito su misura". Consulting aiuta il brand a prendere consapevolezza del nuovo media fino a rendersi totalmente indipendente nella gestione e realizzazione dei podcast interni. Brand Lift è la ricerca qualitativa che

Podcastory svolge con il supporto di un istituto di ricerca terzo per indagare sull'efficacia della comunicazione e il livello di notorietà che il brand ha acquisito sull'audience intercettata. "Podcast Insights rappresenta una vera e propria rivoluzione copernicana nel mondo dei podcast - ha dichiarato Davide Schioppa, Fondatore e CEO di Podcastory - perché fino a ora il limite era guardare soltanto i numeri e farlo in termini quantitativi, mentre adesso è possibile guardarli anche in termini qualitativi. Oltretutto, grazie all'offerta Pure Insight riusciamo a capire prima di produrre un podcast quale sarà il target degli ascoltatori e soprattutto quale sia lo stile e il tipo di comunicazione che sono disposti ad ascoltare".

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



188085