



MEDIA INDUSTRY

05/06/2023

di Alessandra La Rosa



PODCASTORY LANCIA PODCAST INSIGHTS, NUOVO SISTEMA DI ANALISI, RICERCA E CONSULENZA SUI BRANDED CONTENT



Davide Schioppa, Fondatore e CEO di **Podcastory**

Podcastory amplia la sua offerta di strumenti e soluzioni per valorizzare i podcast come **branded content** con il lancio di **Podcast Insights**, un nuovo sistema di analisi, ricerca e consulenza che promette, spiega la società in una nota, di "trasformare quello che può essere un concept o una semplice idea in un podcast valido e soprattutto efficace per monitorarne i risultati".

Podcast Insights si articola in tre servizi principali: Pure Insight, Consulting e Brand Lift. **Pure Insight** è il servizio dedicato alla definizione del progetto di un podcast e parte da un'analisi preventiva attraverso un sondaggio di tipo qualitativo realizzato su un panel di ascoltatori qualificato, a cui viene sottoposto un pitch, un talent o un pilota. Sulla base della risposta al sondaggio, si produce un podcast nella sua migliore versione, offrendo quindi al cliente un servizio "cucito su misura".

Il servizio di **Consulting** aiuta invece il marchio a prendere consapevolezza del nuovo media fino a rendersi totalmente indipendente nella gestione e realizzazione dei podcast interni.

Leggi anche: **PODCASTORY** LANCIA INSTANT PODCAST IDEATO CON AUDIOBOOST

NEWSLETTER - Tutte le notizie di Engage ogni giorno, gratis. **ISCRIVITI!**



VIDEO

VEDI TUTTI →



Il futuro dell'addressability secondo LiveRamp: intervista a Travis Clinger



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

188085



Brand Lift, infine, 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 ad 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 qual è lo stile e il tipo di comunicazione che sono disposti ad ascoltare”.

SCOPRI ALTRI CONTENUTI SU

PODCAST | **PODCASTORY** |



ARTICOLI CORRELATI



L'Inter va a Istanbul per la finale di Champions con Paramount+



Urban Vision e X Factor di nuovo insieme per l'edizione 2023



GreenMe.it lancia il podcast "Lenti, dove non abbiamo ancora guardato"



Dentsu abbassa le stime sulla pubblicità globale: 2023 a quota 727,9 miliardi di dollari, +3,3%



JCDecaux acquisisce Clear Channel in Italia e Spagna



Contents.com acquisisce il marketplace di contenuti Scribox



La CTV sotto i riflettori: media planning e budget pubblicitari



Netcomm Forum 2023 tra dati, omnicanalità e tecnologia: intervista a Roberto Liscia



Netcomm Forum 2023: impact.com porta sotto i riflettori il valore aggiunto offerto dal suo Agency Partner Program



Netcomm Forum 2023: Shibumi Group e Blogmeter insieme per un futuro costruito sui dati



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.