PODCAST Report

Os podcasts tiveram seu inicio no começo dos anos 2000, quando eram em sua maioria baixado e escutado em iPods. Hoje os podcasts podem ser facilmente acessados através inúmeras plataformas como o YouTube, o Spotify, o Soundcloud, e podem ser acessados através de vários tipos de dispositivos, o que influenciou a forma de produção do conteúdo, incentivando alguns produtores de conteúdo a fazerem upload de seus podcasts como vídeos para aumentar as oportunidades de exposição e monetização.

Nesse report, são considerados como "podcast" o formato tradicional de talk show digitais, com estrutura de espisódios e consumidos via áudio.

Atualmente podcastas são consumidos regularmente por mais de um quarto dos ouvintes dos EUA, atualmente 26% deles afirmam ouvir podcasts todos os meses, enquanto 44% indicaram ter ouvindo um podcast pelo menos uma vez antes, de acordo com a pesquisa desenvolvida pela Edison Research e Triton Digital.

Os ouvintes de podcast apresentam oportunidades de publicidade de alto valor para marcas e são receptivos aos anúncios de podcast, tornando o meio maduro para publicidade de sucesso.

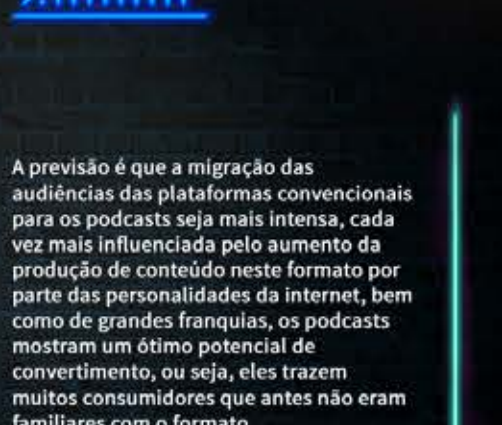
Os consumidores de podcast são engajados ao conteúdo e as marcas devem aproveitar essa oportunidade para alcançar indivíduos cue se tornaram mais difíceis de alcançar em outras mídias.

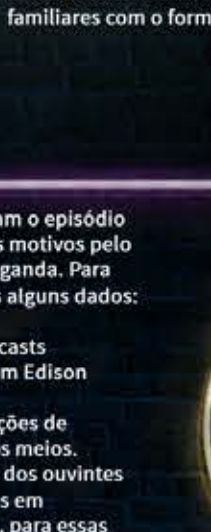
Vocês já conhecem o nosso Podcast? Acesse nosso Spotify e fique por dentro de conteúdos sobre tecnologia, inovação e futuro!

Ouça no Spotify

O número de consumidores de podcasts quase dobrou na última década e o caminho ainda é promissor. O número estimado de pessoas com mais de 12 anos que estão familiarizadas com a indústria de podcasts nos Estados Unidos no último ano, chegou próximo de 180 milhões, o que significa 64% do mercado consumidor do país.

A base do número de consumidores de podcasts continua subindo, e de acordo com as estimativas da Business Intelligence Insider, no ano de 2023 mais de um terço da população dos EUA erão consumindo o formato de podcast regularmente, enquanto os números relativos às mídias tradicionais despencam drasticamente.





A previsão é que a migração das audiências das plataformas convencionais para os podcasts seja mais intensa, cada vez mais influenciada pelo aumento da produção de conteúdo neste formato por parte das personalidades da internet, bem como de grandes franquias, os podcasts mostram um ótimo potencial de convertimento, ou seja, eles trazem muitos consumidores que antes não eram familiares com o formato.

A maioria dos ouvintes de podcast terminam o episódio que se propuseram a ouvir, e isso é um dos motivos pelo qual o meio é um excelente meio de propaganda. Para tornar isso mais palpável, apresentaremos alguns dados:

- 44% dos consumidores mensais de podcasts finalizam os episódios, ainda de acordo com Edison Research e Triton Digital.
- Os ouvintes são mais receptivos à inserções de propaganda em podcasts do que em outros meios.
- As pesquisas revelam também que 55% dos ouvintes afirmam prestar mais atenção em anúncios em podcasts do que em mídias convencionais, para essas temos 45% em rádios, 44% em TV, 41% para serviços de streaming de música e 34% inserções em vídeos online. além de que a maioria dos ouvintes não pulam os anúncios por serem lidos pelos hosts.

O crescimento estimado dos podcasts no mercado dos EUA é de 110% para 2020, e o investimento em propagandas promete aumentar em aproximadamente 111%. Um terço dos ouvintes de podcasts tem entre 18 e 34 anos, e a vantagem da segmentação é um dos pontos principais para quem quer começar a investir em formatos de publicidade em podcasts.

Outra tendência que indica o crescente aumento do número de ouvintes de podcasts é o sucesso das plataformas como Spotify e Pandora estão em ascensão, o consumo on demand é uma forte aposta, hoje o Spotify tem aproximadamente 83 milhões de usuários pagantes com um aumento de 38% por ano. Uma das iniciativas que tem gerado resultado é a inserção dos podcasts nessas plataformas, que ajudam aos consumidores se familiarizarem com o formato.

Conteúdo baseado no *The Podcast Report* publicado pela *Business Insider Intelligence*.

gilgiardelli · SERA · pluginbot iot.robots.ai