

Publicidade de áudio programático em 2020



Cada vez mais editores e anunciantes em todo o mundo estão aproveitando a mídia programática para fazer negócios no setor de áudio, e por um bom motivo. Este infográfico fornece uma visão sobre o que aconteceu no mercado de áudio programático da Triton em 2020.

2020

Aumento de
341%
nos gastos com
áudio programático

Aumento de
251%
nas impressões
(estoque consumido)

O preço médio de
liquidação do estoque
aumentou **26%**

2018 - 2020

Aumento de
214%
nos gastos com
áudio programático

Aumento de
109%
nas impressões
(estoque consumido)

O preço médio de
liquidação do estoque
aumentou **49%**

Novos anunciantes que usaram áudio programático pela primeira vez em 2020:



Os 10 maiores investimentos em áudio programático em 2020:



Integrações de plataformas de demanda adicionadas no ano passado:

ADOT

AMOBEE

centre

Magnite

Mars Media Group

ProData MEDIA GROUP

TABMO
CREATIVE MOBILE DSP

Motor de crescimento em 2020 | Ofertas de mercado aberto | Tipos de negócio

T1 65% em leilão aberto 35% em leilão privado T2 59% em leilão aberto 41% em leilão privado T3 62% em leilão aberto 38% em leilão privado T4 76% em leilão aberto 24% em leilão privado

Novos recursos e capacidades do mercado:

Suporte para regras de exclusão de inventário aprimoradas no aplicativo

Capacidade de fazer negócios em podcasts em mercados abertos e privados

Inclusão de detalhes granulares de podcast em solicitações de lance