

Anuncios de audio programático en 2020



Cada vez es mayor la cantidad de publishers y anunciantes en todo el mundo que están aprovechando lo programático para gestionar los audios, y por una buena razón. Esta infografía muestra una perspectiva de lo que pasó en el mercado de audio programático de Triton en 2020.

2020

341%

de aumento en los gastos de audio programático

251%

de aumento en las impresiones (inventario consumido)

El precio de liquidación promedio del inventario fue del **26%**

2018 - 2020

214%

de aumento en los gastos de audio programático

109%

de aumento en las impresiones (inventario consumido)

El precio de liquidación promedio del inventario fue del **49%**

Anunciantes nuevos que usaron el audio programático por primera vez en 2020:



Principales 10 consumidores de audio programático en 2020:



Integraciones de plataformas de demanda agregadas el año pasado:



Impulsor de crecimiento en 2020 | Ofertas de mercado abierto | Tipos de oferta

Q1 65% abierto 35% privado Q2 59% abierto 41% privado Q3 62% abierto 38% privado Q4 76% abierto 24% privado

Nuevas características y capacidades del mercado:

Asistencia técnica para el inventario en la aplicación

Reglas de exclusión mejoradas del inventario

La posibilidad de gestionar audios en mercados abiertos y privados

Inclusión de detalles granulares de podcasts en solicitudes de ofertas