

IAB CASEBOOK: AUDIO ADS IN PODCASTS 2021



Комитет по Audio Ad
Председатель: Михаил Ильичев

Рабочая группа по Подкастам
Руководитель: Антон Маслов

СОДЕРЖАНИЕ:

ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО МИХАИЛА ИЛЬИЧЕВА

ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО АНТОНА МАСЛОВА

ОСНОВНЫЕ ТЕРМИНЫ И ХАРАКТЕРИСТИКИ

БРЕНДОВЫЕ ПОДКАСТЫ

РЕГУЛЯРНЫЕ РЕКЛАМНЫЕ РАЗМЕЩЕНИЯ

БЛАГОДАРНОСТИ

О IAB RUSSIA

Михаил Ильичев

CEO, СберЗвук, Председатель комитета по Audio Advertising IAB Russia

« Рынок подкастов давно перестал быть стихийным и состоять исключительно из авторов-энтузиастов. Сейчас созданием подкастов занимаются продакшн-студии, для которых это основной бизнес, известные медийные компании и крупные бренды, а во многих агентствах уже есть предложения по размещению рекламы в подкастах.

В IAB Russia мы видим, что данный формат будет активно развиваться на российском рынке, поэтому выделили специализированную Рабочую группу по подкастам в составе комитета Audio Ad. В прошлом году группой была создана карта сегмента и первый кейсбук рекламных интеграций в подкасты. Теперь мы рады представить вторую подборку, из которой видно, что спектр решаемых при помощи подкастов коммуникативных задач становится шире, а качество исполнения и, как следствие, результаты – растут. ».



Антон Маслов

Руководитель направления «Альтернативный контент», MyBook

Руководитель Рабочей группы по подкастам IAB Russia

« Я хочу поблагодарить всех участников Рабочей группы по подкастам, которые приняли участие в формировании этого сборника. Собранные данные позволят подкаст-индустрии, стать более привлекательной для внешнего медиа-мира с коммерческой точки зрения.

Вне всякого сомнения, 2020 год стал важной вехой в становлении подкастов, как регулярного рекламного инструмента, оправдывающего ожидания рекламодателей. Одно из главных изменений заключается в том, что портрет рекламодателя перестает быть исключительно Digital-DTC-ориентированным и меняется в сторону классического. Кроме того, мы видим, что некоторые рекламодатели перешли к комплексной закупке рекламы в нескольких подкастах одновременно.

Я надеюсь, что собранные примеры интеграций, убедят коллег-скептиков в высоком рекламном потенциале подкастов. Что касается рекламодателей уже использующих подкасты в своей работе, я надеюсь, что этот сборник позволит расширить восприятие коммерческого потенциала подкастов и присущей им форматной адаптивности, а также станет подтверждением правильности выбора, сделанного в пользу этого инструмента. ».



Основные термины и характеристики

Разделы сборника:

В этом году сборник был разделен на две основные категории:

Брендовые подкасты — те шоу, которые были сделаны «под ключ» по заказу рекламодателя в коммерческих и иных целях

Регулярные рекламные размещения — рекламные интеграции, сделанные в один или более эпизодов подкаста, не определяющие тематику всего шоу

Основные термины и характеристики

Форматы подкастов, встречающихся в сборнике:

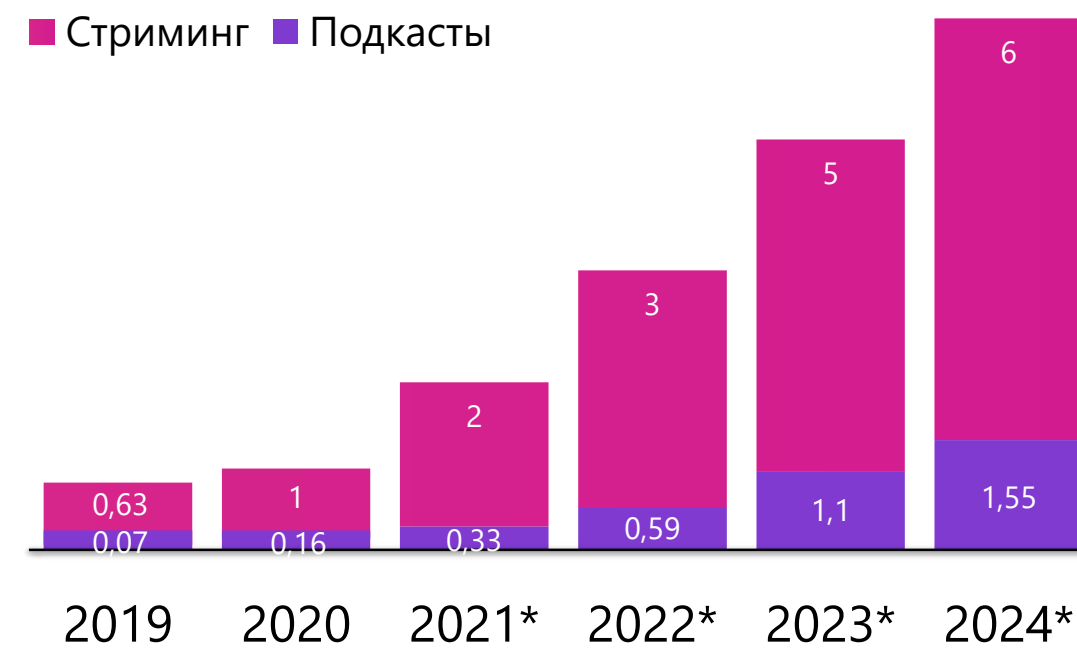
- Интервью — записанная тематическая беседа между двумя и более людьми, в которой кто-то выступает интервьюером, и задаёт вопросы своим собеседникам, а кто-то выступает интервьюи, и дает ответы на вопросы
- Нарративный / Документальный — комплексная форма повествования и раскрытия определенной темы или истории, включающая в себя элементы других форматов
- Разговорный / Мамблкор — записанная беседа между двумя и более людьми без четкого распределения ролей и строгой структуры внутри, посвященная одной или более тем обсуждения
- Реалити-шоу — разновидность развлекательного формата, сюжетом которой является рассказ о действиях группы (или групп) людей в тематической приближенной к жизненной обстановке

Форматы регулярных рекламных размещений, встречающихся в сборнике:

- Pre-roll — рекламное сообщение, интегрированное перед основной смысловой частью эпизода подкаста
- Mid-roll (партнерская вставка) — рекламное сообщение, интегрированное в середину основной смысловой части эпизода подкаста
- Post-roll — рекламное сообщение, интегрированное после завершения основной смысловой части эпизода подкаста
- Партнерский выпуск — целый эпизод подкаста, посвященный рекламной тематике заказчика, либо эпизод, который содержит несколько рекламных размещений исключительно одного и того же рекламодателя

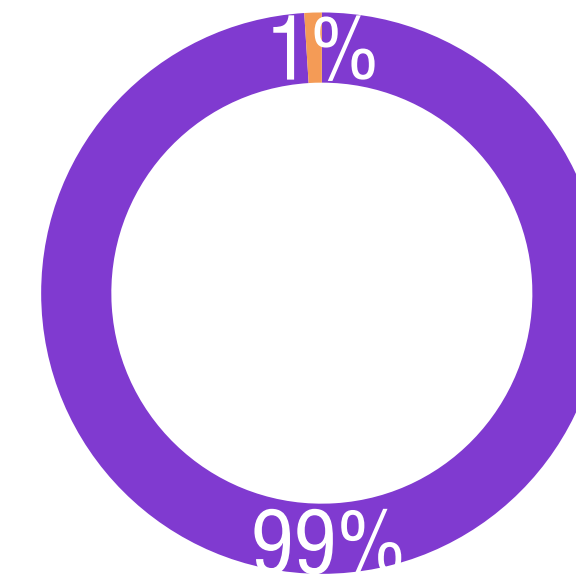
Рынок подкастов в РФ стремительно растет:

В России рынок подкастов находится только в самом начале пути развития и обладает большим потенциалом в отличие от рынка США, который перешел в стадию умеренного роста

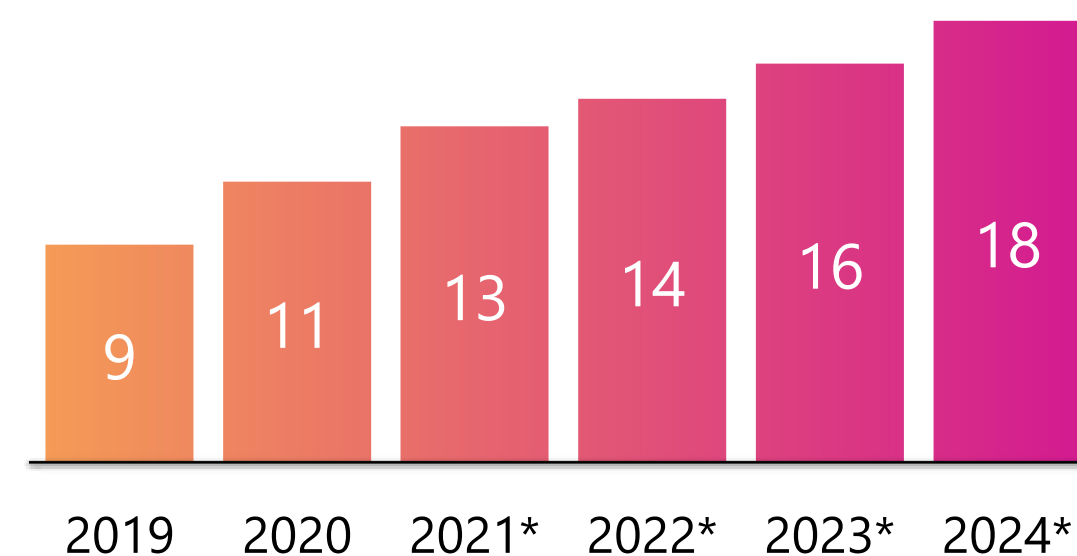


≈ 190%

Y-o-Y-рост рынка аудиорекламы в РФ



Соотношение коммерческих моделей размещения рекламы в подкастах
Фиксированный гонорар / CPA



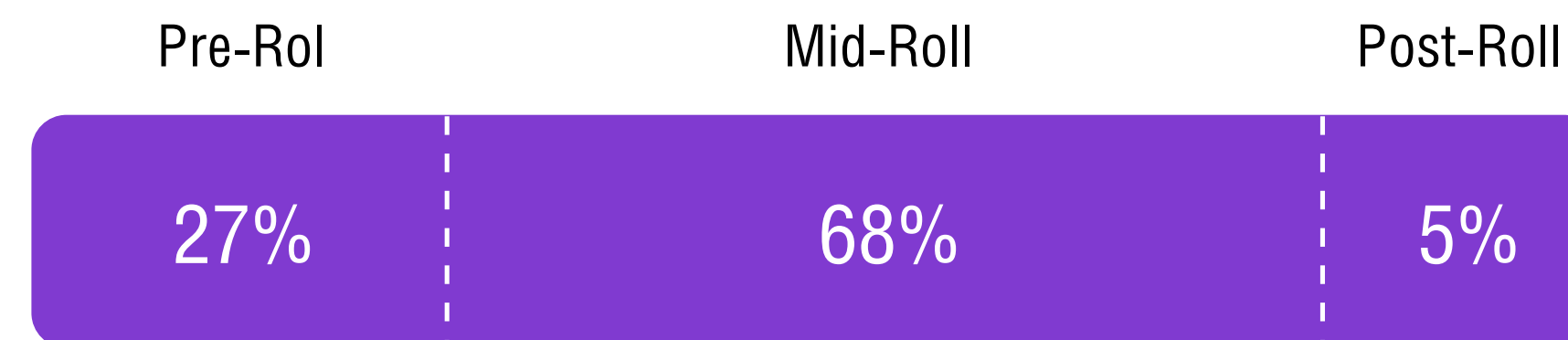
Количество слушателей подкастов в России (млн.)

≈ 10%

Y-o-Y-рост аудитории слушателей подкастов в РФ

≈ 8%

от всего населения РФ слушают подкасты в 2021



Распределение выручки по типу размещения внутри подкастов на основании собранных кейсов

БРЕНДОВЫЕ ПОДКАСТЫ



1. Подкаст: «Запуск завтра»

О чем: технический директор и ведущий подкаста Самат Галимов общается с профессионалами своего дела о технологиях, меняющих нашу жизнь, на простом и понятном всем языке

Формат подкаста: интервью

Частота выхода: еженедельно

Количественные показатели подкаста: 40 эпизодов в течение 2020 года. В среднем, **17 000 - 20 000** тысяч прослушиваний на эпизод. Общее количество прослушиваний превышает **650 000**.

Рекламодатель / объект продвижения: Яндекс.Практикум, сервис онлайн-образования

Формат размещения: pre-roll в каждом эпизоде в течение трех сезонов подкаста + партнерский выпуск, посвящен тому, как устроен Яндекс.Практикум

Результаты рекламного проекта: (по результатам опроса самой Студии)

3% слушателей, принявших участие в опросе, купили курс

15% слушателей, принявших участие в опросе, задумались о покупке курса Яндекс.Практикума

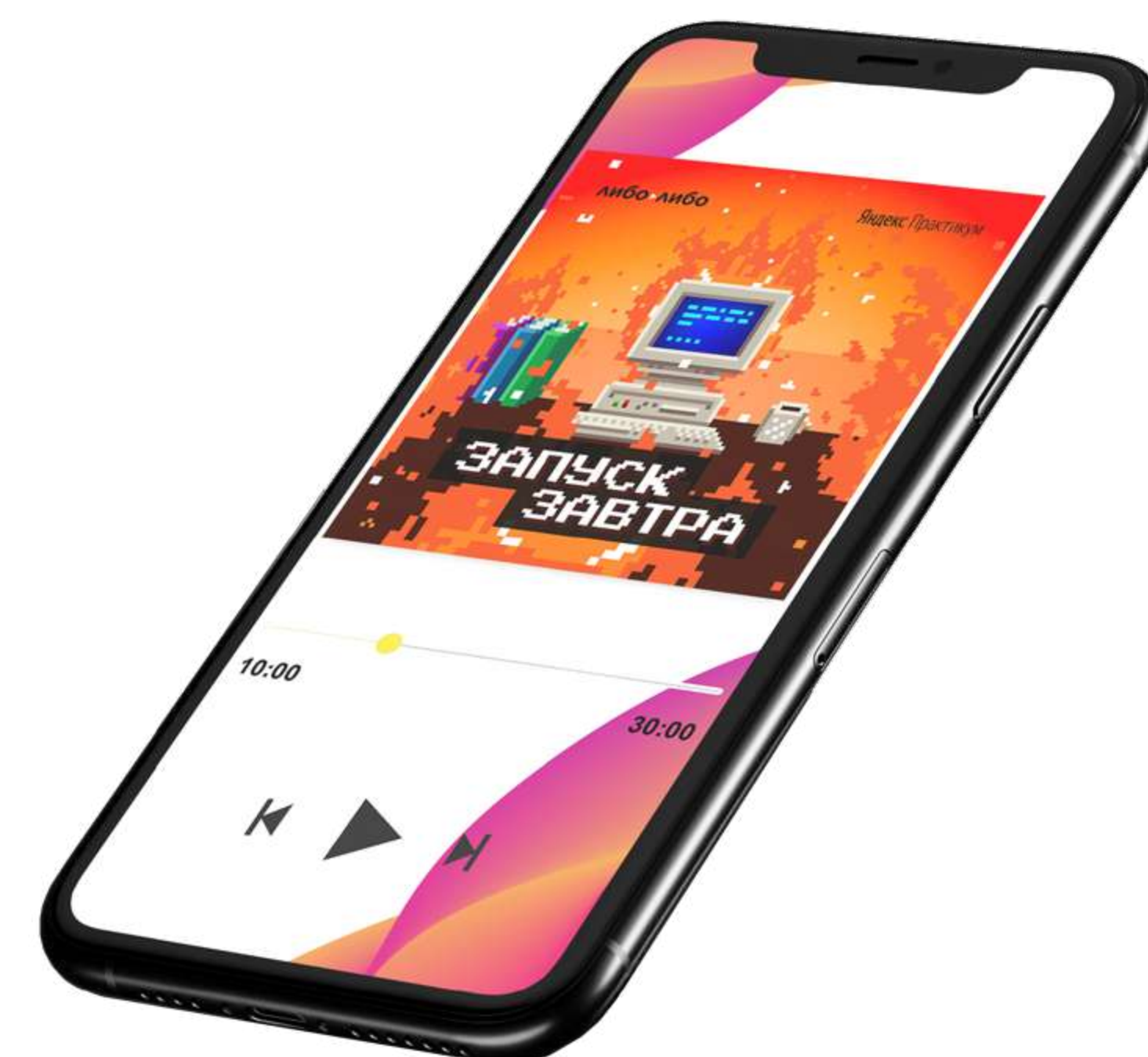
Регалии в 2020 году: Один из лучших подкастов 2020 года по версии Apple Podcasts

Производство

Рекламодатель

либо ▶ либо

Яндекс Практикум





2. Подкаст: «Хроники еды»

О чем: документальный проект про российские рестораны и развитие индустрии общественного питания в России 90-х и нулевых

Формат подкаста: нарративный / документальный

Частота выхода: один эпизод раз в 2 недели

Количественные показатели подкаста: сезон из 6 эпизодов, каждый из которых набрал **10 000 прослушиваний**

Рекламодатель / объект продвижения: «Кухня на районе», сервис доставки еды

Формат размещения: интро-анонс с упоминанием сервиса «Кухня на районе» в роли автора подкаста

Результаты рекламного проекта: подкаст представляет собой имиджевую рекламу без зафиксированных количественных критериев со стороны рекламодателя

Регалии в 2020 году: один из **лучших подкастов 2020 года** по версии GQ

Производство

Рекламодатель

либо ▶ либо

кухня,
на районе





3. Подкаст: «Хорошо, что вы это сказали»

О чем: участники подкаста — реальные пациенты, которые обсуждают с психологом свои чувства и ментальные трудности. Каждый новый эпизод — новый пациент, новый терапевт и новая ситуация.

Формат подкаста: запись психотерапевтической сессии-обсуждения психолога и пациента

Частота выхода: еженедельно

Количественные показатели подкаста: 1 сезон из 12 эпизодов. В среднем, каждый из них набрал по **30 000 прослушиваний**

Рекламодатель / объект продвижения: Клиника психиатрии и психотерапии Европейского Медицинского Центра (ЕМС)

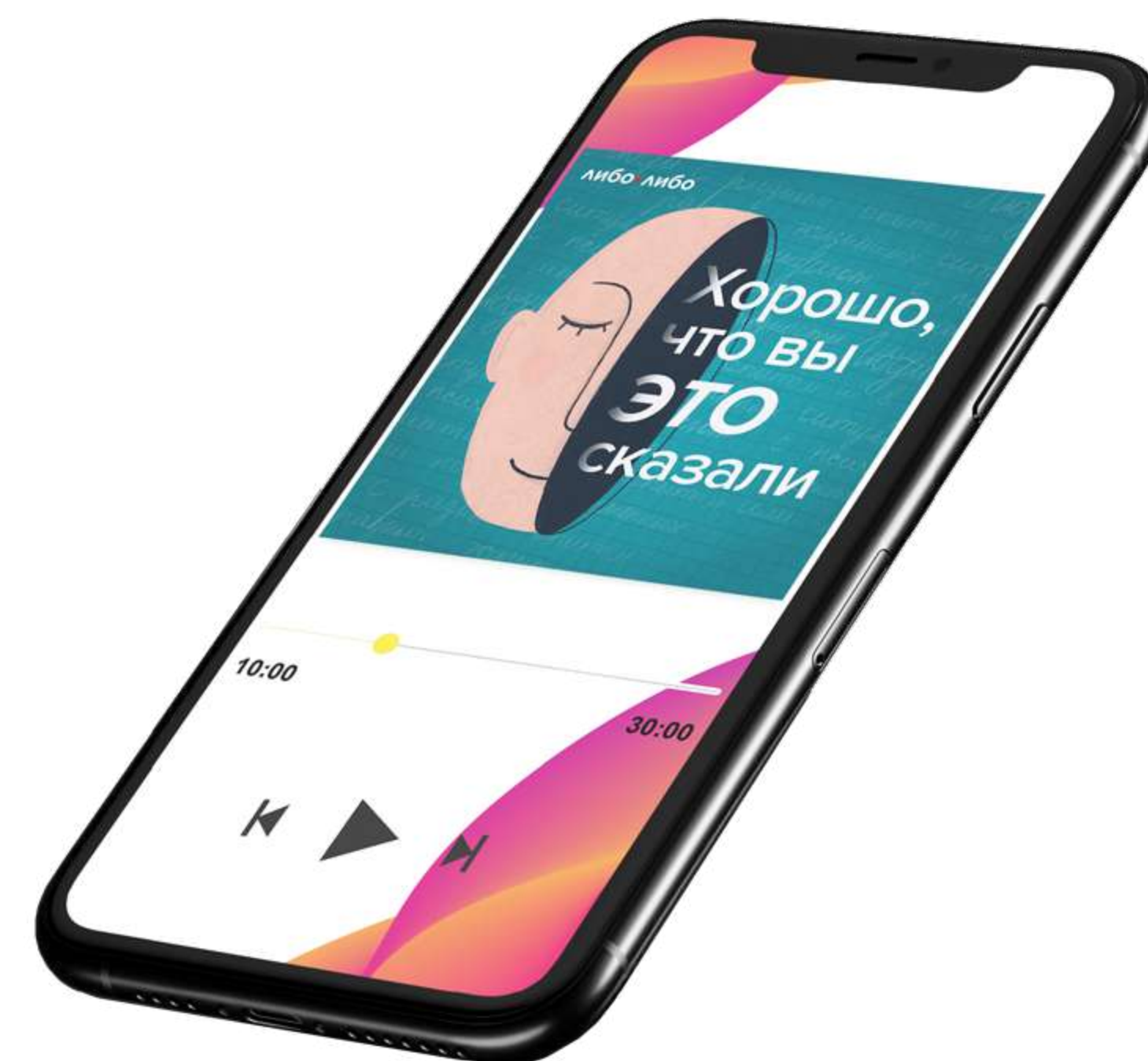
Формат размещения: все психологи, консультирующие героев — практикующие психологи-сотрудники ЕМС

Результаты рекламного проекта: не уточняются

Производство

Рекламодатель

либо ▶ либо





4. Подкаст: «Следуй за звездой»

О чем: аудиOVERсия Mercedes-Benz Travel Guide о путешествиях по России на автомобиле.

Все, что нужно знать перед поездкой в разные города и регионы России. Рассказывают местные жители и те, кто действительно хорошо знает, куда идти, что смотреть и где вкусно поесть

Формат: мамблкор / travel-guide

Частота выхода: 1 раз в 2 недели

Рекламодатель / объект продвижения: Mercedes-Benz

Формат размещения: 6 эпизодов, посвященных маршрутам в городах: Казань, Татарстан, Байкал, Иркутск, Воронеж, Липецк.

Результаты рекламного проекта: не подведены, поскольку проект находится в стадии активной реализации

Производство

Рекламодатель

DAIMLER



РОСТУРИЗМ





5. Подкаст: «Тариф: поболтать»

О чем: это подкаст-поездка, в которой «пассажиры» делятся забавными и захватывающими историями с «водительницей»-ведущей. Гости и ведущая говорят о работе, родительстве, дружбе, путешествиях. Среди «пассажиров» как обычные люди, так и звездные гости: музыканты, ведущие, актеры.

Формат: интервью в формате имитации диалога с водителем такси во время поездки

Частота выхода: еженедельно

Рекламодатель / объект продвижения: сервис заказа такси «Ситимобил»

Цель создания подкаста: рассказать об услугах и разных тарифах сервиса + сделать имиджевый проект для бренда

Производство

Рекламодатель





5. Подкаст: «Тариф: поболтать»

Формат размещения: Слушатели подкаста взаимодействуют с брендом не только на информационном уровне (узнают об услугах), но и опосредованно получают пользовательский опыт. Бренд присутствует в подкасте на нескольких уровнях:

- **На верхнем** — обозначен в графе «автор подкаста» в подкаст-приложении. Обложка подкаста выполнена в корпоративных цветах бренда.
- **Уровень глубже** — через нативную интеграцию услуг бренда в сценарии эпизодов, разговоры ведущей с «пассажирами» и музыкальное оформление.
- **На внутреннем уровне** бренд интегрируют и гости, и ведущая.

Результаты рекламного проекта: не подведены, поскольку проект находится в стадии активной реализации

Производство

Рекламодатель





6. Подкаст: «Я вас слушаю»

О чем: подкаст о том, как психотерапия устроена изнутри. Каждый из эпизодов — запись настоящей терапевтической сессии + пост-интервью отдельно с каждой из героинь. Подкаст позволяет наблюдать динамику отношений «терапевт-клиент» и прогресс героини.

Формат: разговор, основанный на записи реальных сессий психотерапевтки и клиентки

Частота выхода: 1 раз в неделю

Рекламодатель / объект продвижения: сервис по подбору психологов "Alter"

Цель создания подкаста: показать потенциальным (но сомневающимся) клиентам сервиса, как проходят встречи с терапевтом. Сделать имиджевый проект без агрессивного брендинга.

Формат размещения: бренд присутствует в подкасте минимально — введение в выпуск делает CEO бренда, обложка подкаста и дополнительные визуальные материалы выполнены в цветах бренда. Терапевтка в подкасте остается анонимной, ее связь с сервисом никак не подчеркивается. tone of voice бренда — корректный и осторожный, таким же по звучанию мы делали подкаст. Терапия — это про процесс, который работает от 6 сессий. Именно эта идея была отражена в длительности подкаста (6 серий в сезоне) и структуре всего сезона (первый эпизод — постановка целей, последний — итоги терапии).

Производство

Рекламодатель





6. Подкаст: «Я вас слушаю»

Прослушивания:

200.000+
прослушиваний сезона
из 6 эпизодов



Результат
рекламного проекта:

5 место
в общем чарте Apple Podcasts
через неделю после релиза

Проект укрепил положение сервиса
в глазах профессионального сообщества
и **привел новых клиентов через
активацию промокодов**

Производство

Рекламодатель





7. Подкаст: «По уши»

О чем: первое в русскоязычном подкастинге реалити-шоу

Формат: реалити-шоу

Частота выхода: 2 раза в неделю

Рекламодатель / объект продвижения: социальная сеть знакомств "Badoo"

Формат размещения: 10 участников, среди которых парни и девушки, соревнуются за симпатию певицы и тиктокерки Лины Подлужной. Каждый выпуск Лине придётся выбирать, кто покинет шоу — и только после этого она сможет увидеть, как выглядит этот человек. До конца шоу дойдет только один счастливчик или счастливица

Цель рекламного проекта: продвижение ценностей бренда («будь собой со мной») — участниками подкаст-реалити были люди разного возраста, гендера и сексуальной ориентации, все из разных городов, с разным бэкграундом и медийностью. В приложении Badoo (у тех, что поставил, что ищет девушку) на 10м свайпе выходила промокарточка — в ней рассказывалось о подкасте и была ссылка на онлайн-анкету для тех, кто хотел бы стать участником.

Производство

Рекламодатель





7. Подкаст: «По уши»

По мере развития проекта туда добавлялись карточки с промо новых выпусков. Визуальную часть интриги шоу (фотографии выбывающих участников) показывали в официальных аккаунтах Badoo.ru. Там же проводились опросы, голосования и розыгрыши призов от партнеров для вовлечения аудитории

Прослушивания:

300.000+



Результаты
рекламного проекта:

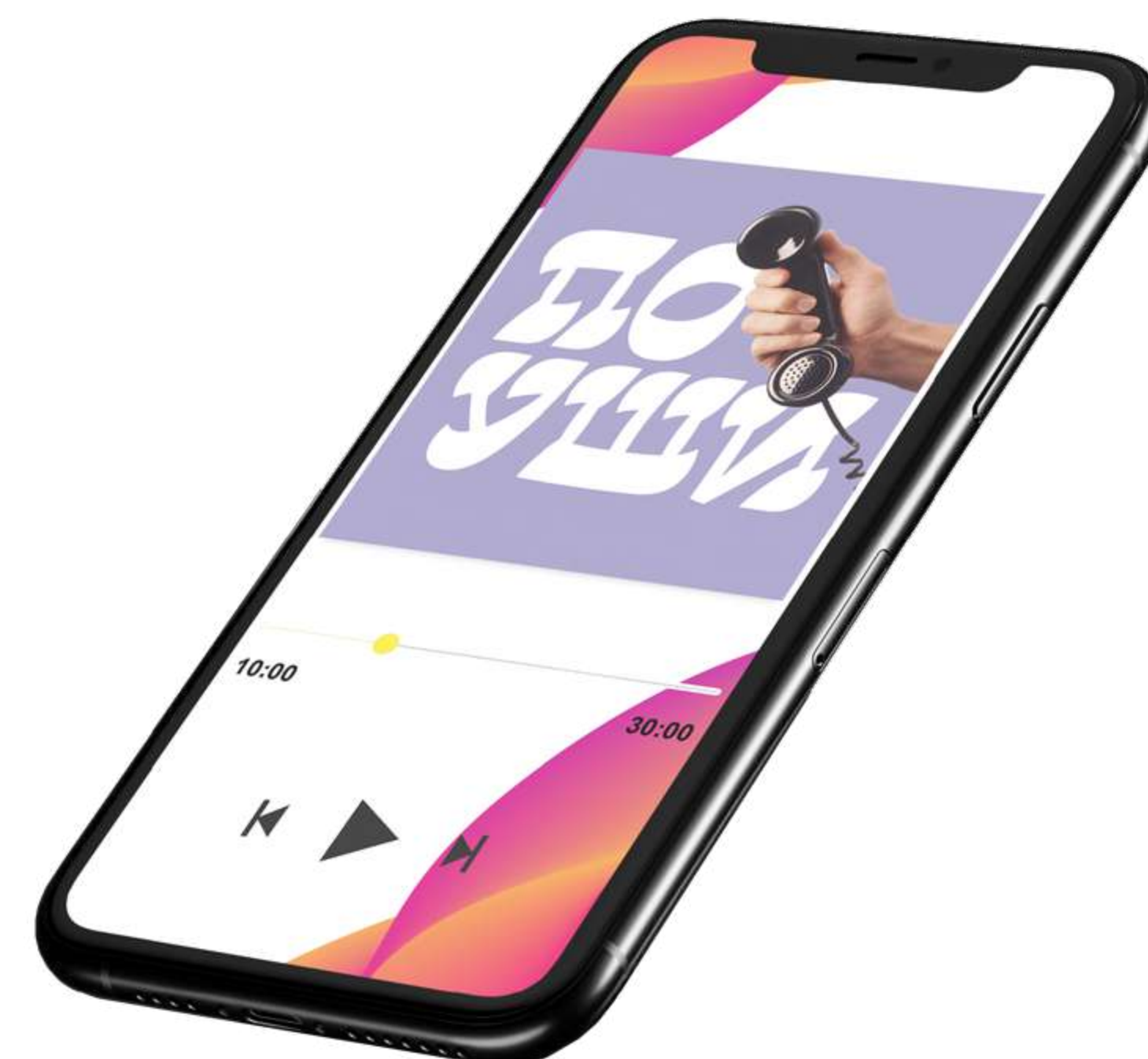
1 место

в общем чарте Apple Podcasts
через неделю после релиза

О подкасте написали крупные гляцевые
издания: **Esquire, Glamour, Elle, Harper's Bazaar**

Производство

Рекламодатель





8. Подкаст: «Бьюти завтрак»

О чем: подкаст о красоте и здоровье кожи, обсуждение наиболее распространенных мифов об уходе за собой и своей кожей с практикующими врачами и экспертами из бьюти-индустрии.

Формат: интервью

Частота выхода: еженедельно

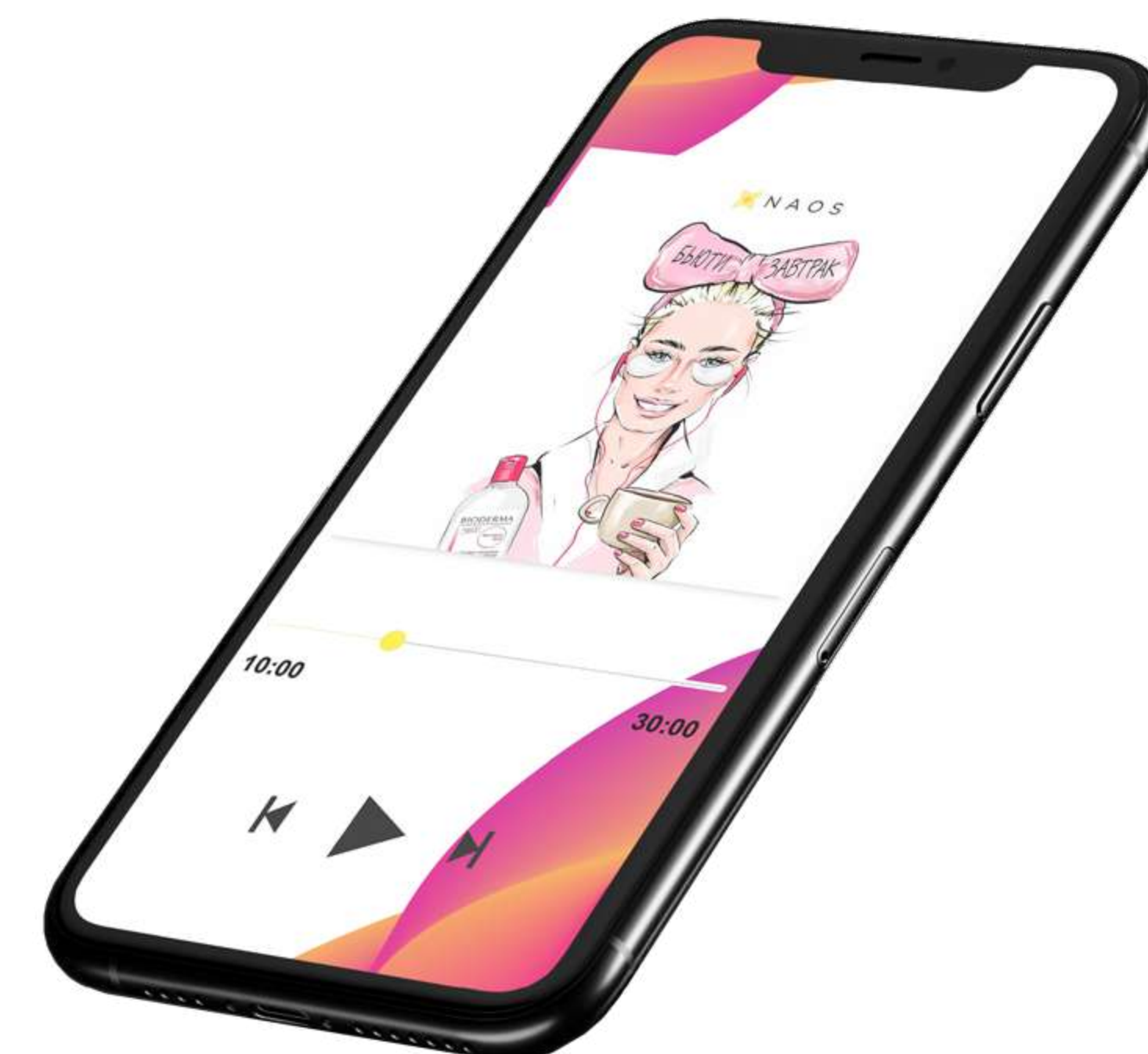
Рекламодатель / объект продвижения: бренды BIODERMA и INSTITUT ESTHEDERM

Цель создания подкаста: имиджевое продвижение: создать экспертное восприятие бренда в вопросах медицинского ухода за кожей и повысить осведомленность о бренде среди целевой аудитории

Формат размещения: одна из ведущих подкаста - директор по медицинским визитам рекламодателя, а также в ходе обсуждений регулярно упоминаются товары бренда

Производство

Рекламодатель





8. Подкаст: «Бьюти завтрак»

Количественные
показатели подкаста:

50.000+

прослушиваний за 3 месяца

7.000~10.000

в среднем, набирает один эпизод

Результаты
рекламного проекта:

2.800.000 чел.

суммарная аудитория охвата
бренда в социальных сетях

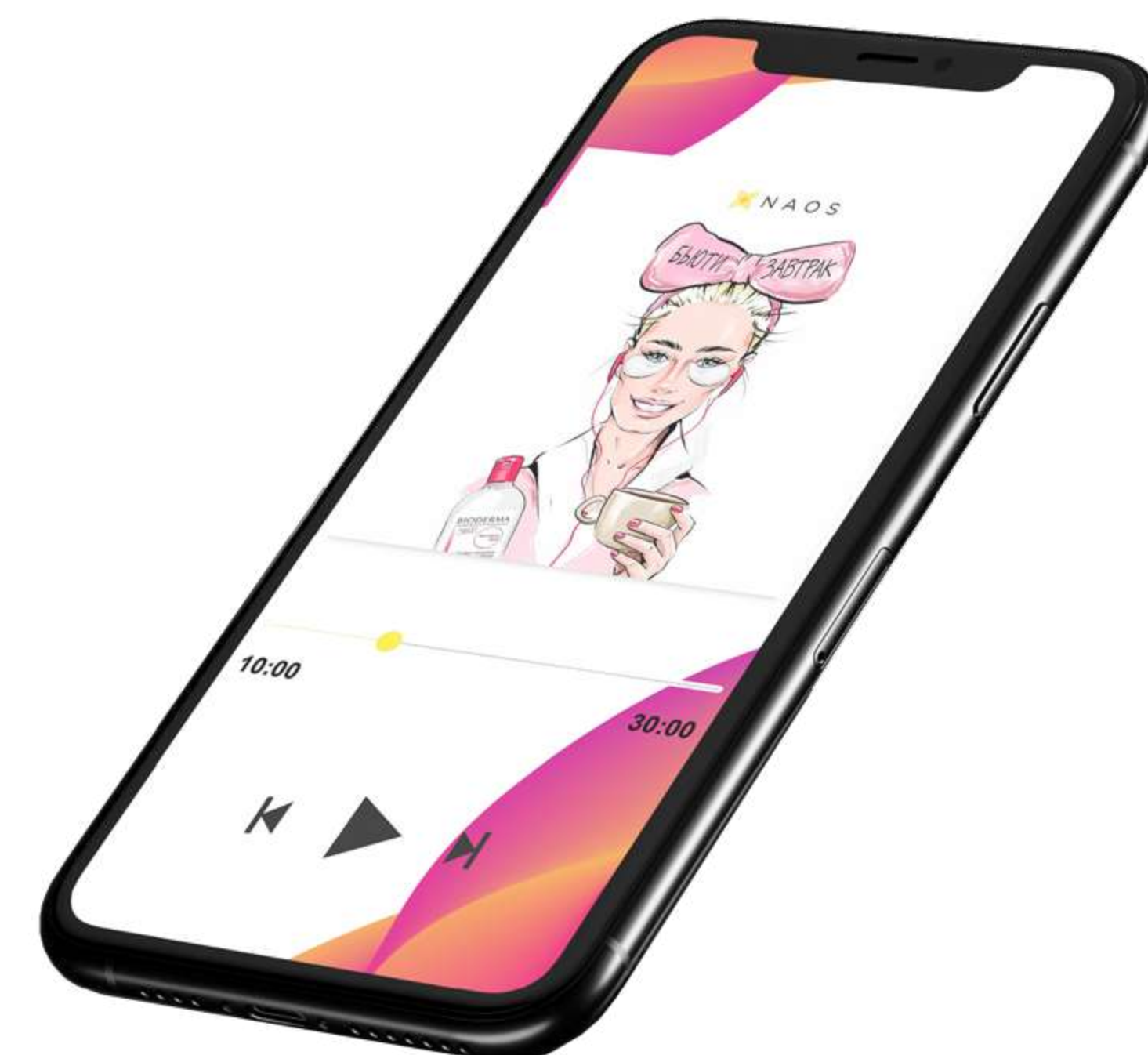
20+ публикаций в СМИ

(включая Top Tier СМИ: Коммерсант,
Elle, Blueprint и другие)

Производство



Рекламодатель





9. Подкаст: «Спасибо, я в порядке»

О чем: прикладной подкаст, о том, как правильно подступиться к психотерапии и "всё-что-вы-хотели-знать-но-боялись-спросить"

Формат: интервью

Частота выхода: 2 раза в месяц

Рекламодатель / объект продвижения: услуги сервиса психологической помощи "YouTalk"

Цель рекламного проекта: познакомить аудиторию с услугами сервиса "YouTalk", объяснить с какими запросами можно работать, а также повысить конверсию слушателей подкаста в пользователей сервиса и обратить внимание слушателей на главную миссию компании — бороться со стигмой работы с психологом

Формат размещения: пост-ролл с анонсированием рекламодателя, а также размещение информации о нем в описании подкаста и эпизодов с промокодом на скидку

Производство

Рекламодатель





9. Подкаст: «Спасибо, я в порядке»

Прослушивания:

10.000+

у первого выпуска в течение
2 недель с момента запуска



Результат
рекламного проекта:

попадание в **ТОП-3**
общего чарта Apple Podcasts

230.000+ чел.
суммарная аудитория шоу
в социальных сетях

Производство

Рекламодатель



РЕГУЛЯРНЫЕ РЕКЛАМНЫЕ РАЗМЕЩЕНИЯ



10. Подкаст: «Хочу не могу»

О чем: разговорный подкаст-сериал о жизни трех героев, которые пытаются наладить свою сексуальную жизнь и помочь другим

Формат подкаста: мамблкор

Частота выхода: еженедельно

Рекламодатель / объект продвижения: маркетплейс Joom

Формат размещения: партнерская вставка (mid-roll) в течение 10 эпизодов, в рамках которой ведущие подкаста выбирали и обсуждали товары для взрослых на маркетплейсе Joom

Количественные показатели рекламного размещения: В среднем, **24 000 прослушиваний** на один эпизод, в течение первого сезона

Производство

Рекламодатель

либо ▶ либо

JOOM





11. Подкаст: «Либо выйдет, либо нет»

О чем: Лика Кремер и Катя Кронгауз спорят и учатся решать проблемы по ходу развития собственного бизнеса — студии подкастов «Либо/Либо»

Формат подкаста: аудиосериал

Частота выхода: еженедельно

Рекламодатель / объект продвижения: услуги и сервисы банка для предпринимателей «Точка»

Формат размещения: джинглы (mid-roll) партнера в каждом выпуске, приглашение спикера партнера в качестве эксперта в каждый третий партнерский выпуск

Количественные показатели рекламного размещения: 2 сезона из 20 эпизодов каждый. В среднем, на один эпизод приходится **23 000 прослушиваний**

Производство

Рекламодатель

либо ▶ либо

точка

банк для предпринимателей





12. Подкаст: «Бережно к себе»

О чем: подкаст о ментальном здоровье матерей, в котором три ведущие с юмором рассуждают о послеродовых расстройствах и других трудностях материнства

Формат подкаста: разговорный / депрессивный стендап

Частота выхода: еженедельно

Рекламодатель / объект продвижения: психотерапевтический сервис «Ясно»

Формат размещения: pre-roll с промокодом на скидку / партнерская вставка «Бережно и ясно» о популярных мифах вокруг психотерапии

Количественные показатели
рекламного размещения:

11.000 прослушиваний
4 эпизода набрали в среднем

20+ активаций промокода
в течение рекламной кампании,

70+ к концу года

Производство

Рекламодатель

НОРМ





13. Подкаст: «180 градусов»

О чем: подкаст о кардинальных переменах в жизни людей, которые стремятся или уже добились успеха в своем деле

Формат: подкаст-интервью с известными людьми

Частота выхода: еженедельно

Рекламодатель / объект продвижения: новые функции приложения Яндекс.Такси и переход к сервису Яндекс.Go

Формат размещения: партнерский выпуск, в котором виртуально встречаются гости наших прошлых эпизодов подкаста и рассказывают про свою жизнь на карантине, а также что помогает им пережить самоизоляцию. В перерывах между историями, нативно интегрированы рассказы про сервисы Яндекс.Такси и их ценность во время пребывания на карантине

Количественные показатели
рекламного размещения:

25.000+

прослушиваний выпуска

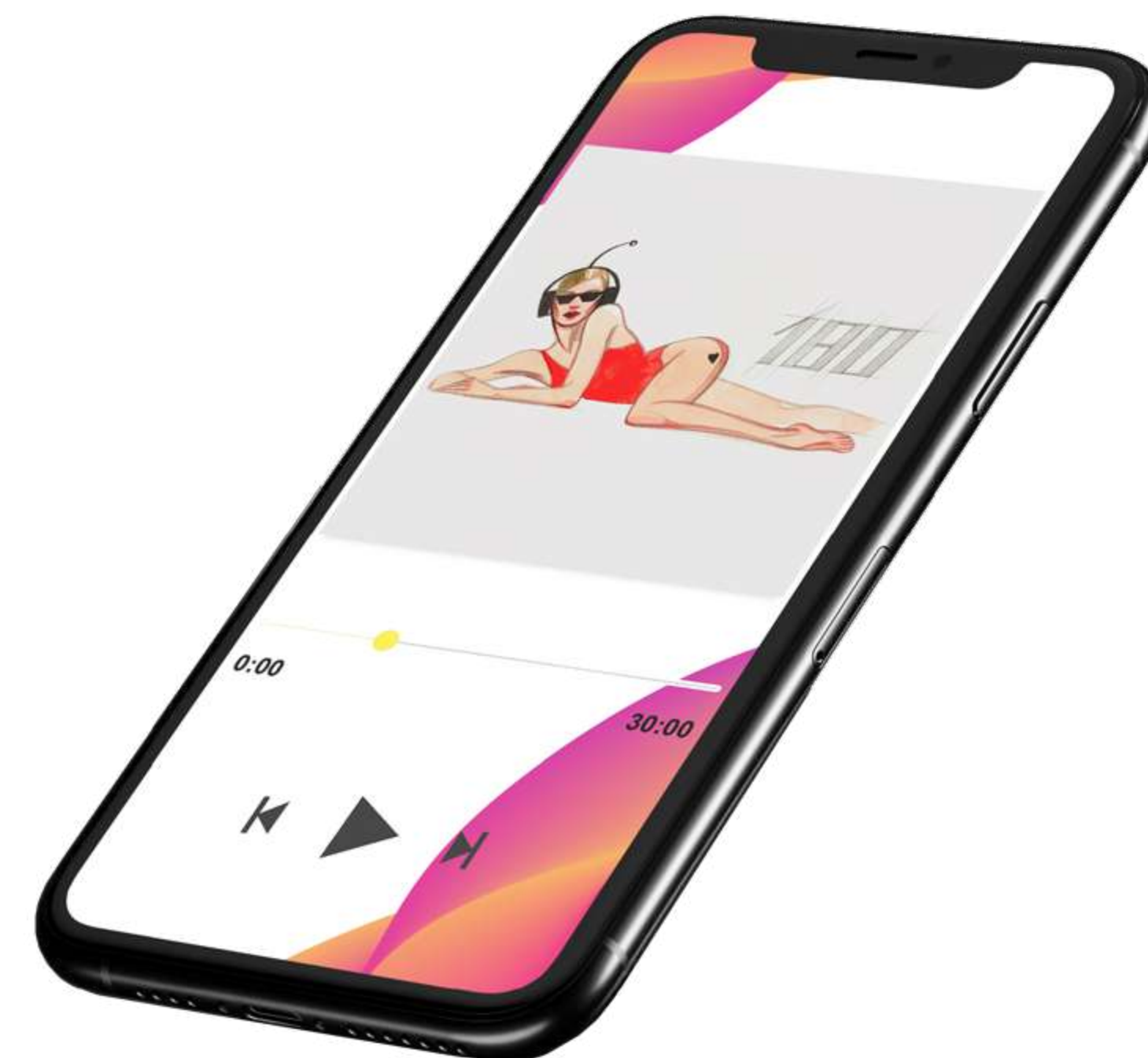
799.200+ чел.

охват бренда в социальных сетях с суммарной аудиторией



Яндекс

Такси





14. Подкаст: «К тебе или ко мне?»

О чем: интерсекциональная феминистка Кристина Вазовски и психолог с Кубани Егор Егоров каждую неделю спорят на неоднозначную секс-тему и разбирают истории слушателей подкаста

Формат: мамблкор о сексе и отношениях

Частота выхода: два раза в неделю

Рекламодатель / объект продвижения: блески Le Grand Volume

Формат размещения: повторяющаяся партнерская вставка (mid-roll) в 4 выпусках подкаста. Заход через юмор — ведущие переходят к рекламной интеграции в рандомном месте обсуждения, как связка используется восклицание «Блеск!» одного из ведущих.

Количественные показатели рекламного размещения:

- **120 000+ прослушиваний** эпизодов с интеграцией.
- По данным собственного опроса аудитории, этот проект стал **самой запоминающейся интеграцией 2020 года** среди всех размещений в проектах студии "ТОЛК"

Производство

Рекламодатель



VIVIENNE SABÓ
PARIS





15. Подкаст: «Чай с психологом»

О чем: подкаст о популярной психологии от Егора Егорова, практикующего психолога и подкастера

Формат: интервью

Частота выхода: 1 раз в неделю

В рамках проекта «Я для себя» Оксана Лаврентьева, Равшана Куркова и Светлана Бондарчук вместе с психологом Егором Егоровым попытаются выяснить, что для современной женщины значит любовь к себе, как справиться с давлением общества и почему нельзя быть идеальной во всем

Рекламодатель / объект продвижения: соки «Я»

Формат размещения: записали три партнерских выпуска в рамках спецпроекта

Производство

Рекламодатель





15. Подкаст: «Чай с психологом»

Количественные показатели рекламного размещения:

Существенное перевыполнение
критериев по прослушиваниям:

17.000

прослушиваний было заложено
на каждый выпуск



Итоговые показатели составили:

**68.400/ 57.800/
103.600**

прослушиваний на каждый
эпизод с интеграцией

Производство

Рекламодатель





16. Подкаст: «30Ж: правда и ложь»

О чем: подкаст о популярных мифах о здоровом образе жизни: питании, сне, занятиях спортом, психологическом и ментальном здоровье.

Формат: мамблкор

Частота выхода: 1 раз в неделю

Рекламодатель / объект продвижения: ирригаторы Waterpik

Формат размещения:

- Партнёрский выпуск с участием эксперта от бренда
- **Четыре выпуска** с партнерскими вставками (mid-roll)

Количественные показатели рекламного размещения:

- Более **20 000 прослушиваний** всех 5-ти эпизодов в течение первого сезона

Производство

Рекламодатель



SOUNDSTREAM

waterpik





16. Подкаст: «30Ж: правда и ложь»

О чем: подкаст о популярных мифах о здоровом образе жизни: питании, сне, занятиях спортом, психологическом и ментальном здоровье.

Формат: мамблкор

Частота выхода: 1 раз в неделю

Рекламодатель / объект продвижения: розничная сеть электроники "Связной" с брендом техники "Samsung"

Формат размещения: партнёрская вставка (mid-roll) и размещение промокода в описании к эпизоду

Количественные показатели рекламного размещения:

- **10 091 уникальное прослушивание** в течение месяца после размещения

Производство

Рекламодатель



SOUNDSTREAM

СВЯЗНОЙ
SAMSUNG





17. Подкаст: «BeardyCast»

О чем: подкаст про актуальные события в мире технологий, гаджетов и массовой культуре

Формат: мамблкор

Частота выхода: 1 раз в неделю

Рекламодатель / объект продвижения: автомобили "Toyota"

Формат размещения: рекламное сообщение (pre-roll), а также ссылка на ресурсы рекламодателя в описании подкаста

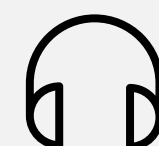
Количественные показатели
рекламного размещения:

16.500+

прослушиваний подкаста в
течение месяца после размещения

22.100+

прослушиваний спустя
год после размещения



Производство

Рекламодатель

BeardyCast





17. Подкаст: «BeardyCast»

О чем: подкаст про актуальные события в мире технологий, гаджетов и массовой культуре

Формат: мамблкор

Частота выхода: 1 раз в неделю

Рекламодатель / объект продвижения: автомобили "Skoda"

Формат размещения: рекламное сообщение (pre-roll), а также ссылка на ресурсы рекламодателя в описании подкаста

Количественные показатели
рекламного размещения:

17.000+

уникальных прослушиваний подкаста
в течение месяца после размещения

22.000+

уникальных прослушиваний спустя 8 месяцев
после первичного рекламного размещения



Производство

Рекламодатель

BeardyCast





17. Подкаст: «BeardyCast»

О чем: подкаст про актуальные события в мире технологий, гаджетов и массовой культуре

Формат: мамблкор

Частота выхода: 1 раз в неделю

Рекламодатель / объект продвижения: розничная сеть электроники "Связной" с брендом техники "Samsung"

Формат размещения: партнёрская вставка (mid-roll) а также ссылка на ресурсы рекламодателя в описании подкаста

Количественные показатели рекламного размещения:

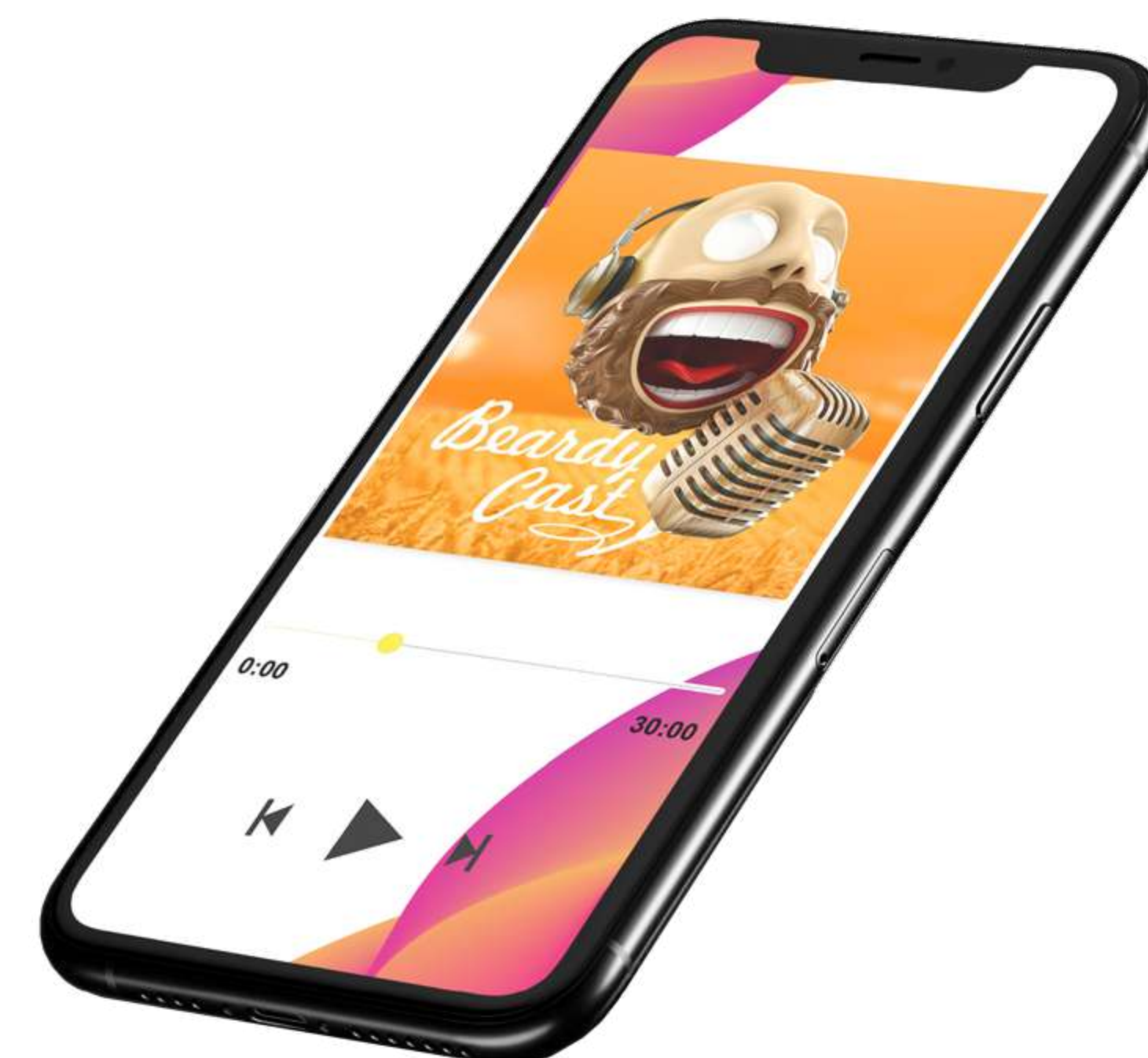
- **15 000+ уникальных прослушиваний** в течение месяца после рекламного размещения

Производство

Рекламодатель

BeardyCast

СВЯЗНОЙ
SAMSUNG





18. Подкаст: «Живи там хорошо»

О чем: подкаст, в котором две 30-летние журналистки из Москвы пытаются обустроить новую жизнь за границей

Формат: мамблкор

Частота выхода: 1 раз в две недели

Рекламодатель / объект продвижения: крупнейшее сообщество сертифицированных преподавателей иностранных языков "Клуб носителей языка"

Формат размещения: партнёрская вставка (mid-roll) по теме иностранного языка, а также размещение информации о рекламодателе и промокода на подбор преподавателя на сайте рекламодателя

Количественные показатели рекламного размещения:

- **7 500+ уникальных прослушиваний** подкаста в течение месяца после рекламного размещения

Производство

Рекламодатель

Дарья
Полыгаева и
Дарья Жук





19. Подкаст: «Модель для сборки»

О чем: литературно-музыкальный симбиоз, состоящий из лучших произведений зарубежной и российской литературы, современной прозы преимущественно фантастического жанра, в сопровождении музыкального ряда в стилях современной электроники, даун-темпо, эмбиента, трип-хопа и подобных музыкальных направлений

Формат: мамблкор

Частота выхода: 1 раз в неделю

Рекламодатель / объект продвижения: крупнейшее сообщество сертифицированных преподавателей иностранных языков "Клуб носителей языка"

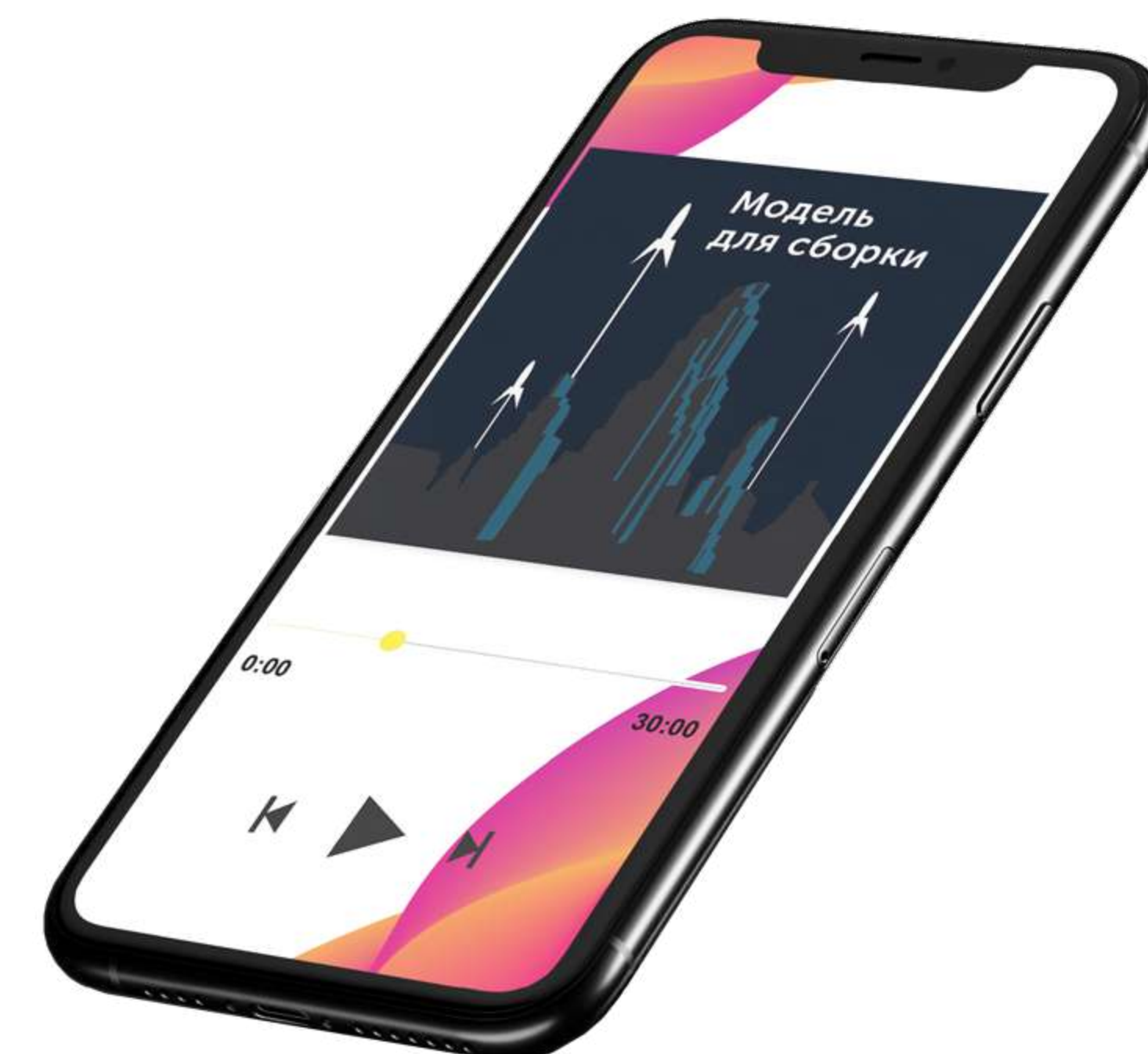
Формат размещения: партнёрская вставка (mid-roll) по теме иностранного языка, а также размещение информации о рекламодателе и промокода на подбор преподавателя на сайте рекламодателя

Количественные показатели рекламного размещения:

- **9 000+ уникальных прослушиваний** подкаста в течение месяца после рекламного размещения

Производство

Рекламодатель





20. Подкаст: «Маслобойня»

О чем: первый подкаст на русском языке про b2b-продажи и российскую корпоративную культуру

Формат: мамблкор

Рекламодатель / объект продвижения: работа в команде b2b-продавцов сервиса BestDoctor

Формат размещения: партнерский выпуск с обсуждением преимуществ работы в команде рекламодателя с директором по развитию бизнеса. В выпуске был предложен бизнес-кейс, решив который соискатель мог попасть на финальный этап отбора к CBD0 сервиса.

Количественные показатели
рекламного размещения:

2.500+

уникальных прослушиваний эпизода

3 обращения

соискателей на предложенную вакансию





21. Подкаст: «Тандемократия»

О чем: подкаст об известных тандемах друзей, партнеров, родственников, которые делают совместный бизнес

Формат: интервью

Частота выхода: 1 раз в 2 недели

Рекламодатель / объект продвижения: принтеры Neverstop + кэшбэк промо-механика в официальном магазине бренда

Формат размещения: нативное размещение рекламодателя (mid-roll) с разработкой собственной темы эпизода, связанной с тематикой интеграции + упоминание рекламодателя на сайт Forbes.ru

Количественные показатели
рекламного размещения:

15.000+

прослушиваний выпусков
в течение месяца

22 перехода

по ссылкам рекламодателя
в описании в течение месяца

Производство

Forbes

Рекламодатель





22. Подкаст: «Будь как Петя»

О чем: подкаст об историях успеха и историях провала известных бизнесменов и деятелей культуры

Формат: мамблкор

Частота выхода: 1 раз в 2 недели

Рекламодатель / объект продвижения: принтеры Neverstop + кэшбэк промо-механика в официальном магазине бренда

Формат размещения: нативное размещение рекламодателя (mid-roll) с разработкой собственной темы эпизода, связанной с тематикой интеграции + упоминание рекламодателя на сайте Forbes.ru

Количественные показатели
рекламного размещения:

27.000+

прослушиваний выпусков
в течение месяца

31 переход

по ссылкам рекламодателя
в описании в течение месяца

Производство

Forbes

Рекламодатель





23. Подкаст: «Отвратительные мужики»

О чем: один из самых популярных и признанных русскоязычными слушателями подкаст про жизнь вокруг: кино, видеоигры, спорт и еда

Формат: мамблкор / интервью

Частота выхода: 1 раз в неделю

Рекламодатель / объект продвижения: релиз новой части видеоигры «Call of Duty»

Формат размещения: партнерская вставка (mid-roll) в трёх выпусках подкаста в формате Cold War Анекдоты Challenge + конкурс для слушателей подкаста с розыгрышем призов

Производство

Рекламодатель



CALL OF DUTY





23. Подкаст: «Отвратительные мужики»

Количественные показатели
рекламного размещения:

264.000+
прослушиваний
выпусков

95.000
просмотров видео-версии подкаста
в течение месяца с момента
рекламного размещения

Производство

Рекламодатель



CALL OF DUTY





24. Подкаст: «Kuji Ninja»

О чем: обсуждение актуальных тем и не очень

Формат: мамблкор / интервью

Частота выхода: 1-2 раз в месяц

Рекламодатель / объект продвижения: релиз новой части видеоигры «Call of Duty»

Формат размещения: партнерская вставка с рекламным анонсом (mid-roll)

Количественные показатели
рекламного размещения:

205.000+

прослушиваний эпизода подкаста с рекламным сообщением
в течение месяца с момента рекламного размещения



Производство

Рекламодатель



CALL OF DUTY





25. Подкаст: «Мужчина, вы куда?»

О чем: журналист Григорий Туманов пытается выяснить, что происходит с мужчинами в России.

Формат: мамблкор / интервью

Частота выхода: 1 раз в неделю

Рекламодатель / объект продвижения: Mercedes-Benz E-Class

Формат размещения: серия партнерских вставок (mid-roll) в 4 эпизодах, объединенная темой – мужчина и его машина. Ведущий Григорий Туманов думает начать водить и вместе со своей женой, с большим опытом вождения, обсуждает всё, что связано с автомобилям и вождением сегодня.

Количественные показатели
рекламного размещения:

12.000+

прослушиваний в течение месяца с момента
рекламного размещения



Производство

Рекламодатель

Григорий
Туманов





26. Подкаст: «Beardycast»

О чем: подкаст про актуальные события в мире технологий, гаджетов и массовой культуре

Формат: мамблкор / интервью

Частота выхода: 1 раз в неделю

Рекламодатель / объект продвижения: Mercedes-AMG

Формат размещения: партнерский выпуск о перспективе технологий и устройств, о гаджетах в автомобиле, с фокусом на высокотехнологичности Mercedes-AMG

Количественные показатели
рекламного размещения:

16.000+

прослушиваний в течение месяца с момента
рекламного размещения





27. Подкаст: «GQ Tech»

О чем: про технологии и мир с лоском GQ

Формат: мамблкор

Частота выхода: 1 раз в неделю

Рекламодатель / объект продвижения: Mercedes-AMG

Формат размещения: специальная серия из 3 эпизодов с партнерской вставкой в формате исторического экскурса об автомобилях на примере Mercedes-AMG сквозь призму технологий.

Количественные показатели
рекламного размещения:

15.500

прослушиваний подкаста в течение месяца
с момента рекламного размещения





28. Подкаст: «Книжный чел»

О чем: беседы о любимых книгах, культуре и развитии общества с известными людьми

Формат: интервью

Частота выхода: 1 раз в неделю

Рекламодатель / объект продвижения: Mercedes-AMG

Формат размещения: специальная серия из 3 партнерских эпизодов под названием «Книжный драйв» с Алексеем Поляриновым, Фредерик Бегбедером и Евгением Водолазкиным

Количественные показатели
рекламного размещения:

67.500+

совокупных прослушиваний и просмотров
аудио и видео-версий подкаста



Григорий
Мастридер





29. Подкаст: « Это Непросто»

О чем: подкаст о поиске любимого дела

Формат подкаста: интервью и нарративные выпуски

Частота выхода: еженедельно

Рекламодатель / объект продвижения: сервис онлайн-образования Яндекс. Практикум

Формат размещения: партнерский выпуск с тремя выпускниками Практикума об их пути в диджитал и преодолении стереотипов — без прогрева и СТА, только личные истории.

Количественные показатели
рекламного размещения:

21.000+
прослушиваний



Ксения
Шульц

Яндекс Практикум





29. Подкаст: « Это Непросто»

О чем: подкаст о поиске любимого дела

Формат подкаста: интервью / нарративные выпуски

Частота выхода: еженедельно

Рекламодатель / объект продвижения: школа по работе с данными SkillFactory

Формат размещения: интеграция героини (приглашенный эксперт), преподавателя SkillFactory, в нарративный выпуск. Рассказ ее истории наравне с тремя остальными и приглашение на онлайн-мероприятие SkillFactory созвучное теме выпуска "Девушки в IT".

Количественные показатели
рекламного размещения:

22.800

прослушиваний

468

переходов на страницу
проекта по ссылке подкаста

253

регистрации

Производство

Рекламодатель

Ксения
Шульц



SKILLFACTORY





29. Подкаст: « Это Непросто»

О чем: подкаст о поиске любимого дела

Формат подкаста: интервью / нарративные выпуски

Частота выхода: еженедельно

Рекламодатель / объект продвижения: шуруповерт с различными насадками, включая штопор, IXO 6 от BOSCH

Формат размещения: интрига с жужжанием гаджета в pre-roll и раскрытие, что это за штука от BOSCH, и зачем девушке-миллениалу шуруповерт в mid-roll

Количественные показатели
рекламного размещения:

27.000+
прослушиваний



Ксения
Шульц





29. Подкаст: « Это Непросто»

О чем: подкаст о поиске любимого дела

Формат подкаста: интервью / нарративные выпуски

Частота выхода: еженедельно

Рекламодатель / объект продвижения: международный маркетплейс для дизайнеров Yellow Images

Формат размещения: интеграция в 4 выпусках в течение всего сезона: джинглы (pre-roll) и вставки интервью (mid-roll) с комьюнити-менеджером Yellow Images, через которое отработан скепсис творческих людей в адрес стоков и термина "пассивный доход".

Количественные показатели
рекламного размещения:

20.000+

прослушиваний
в среднем на выпуск

337

переходов по ссылке

54

зарегистрированных
новых пользователей

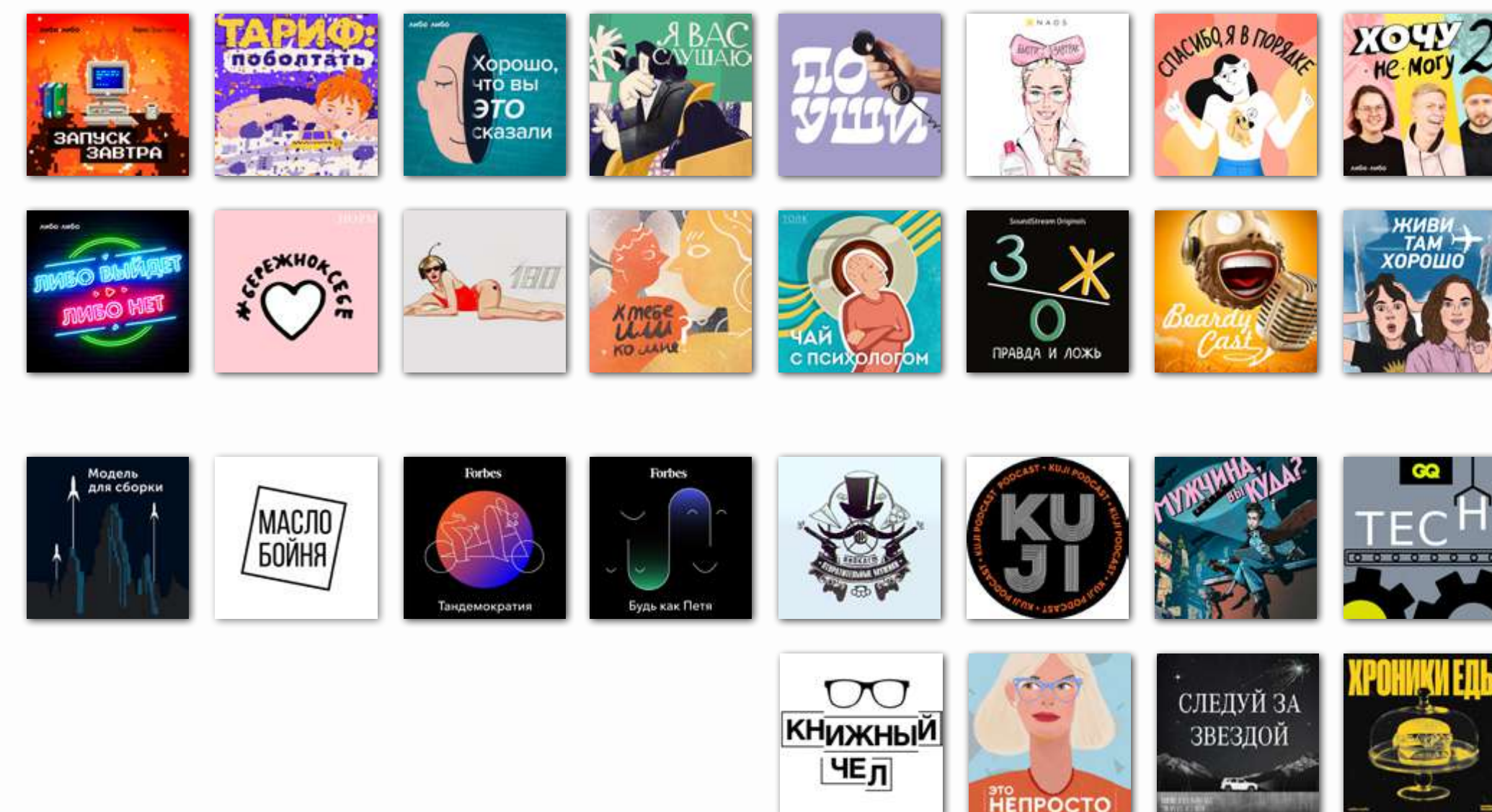
Производство

Рекламодатель

Ксения
Шульц



Мы выражаем благодарность всем,
кто принимал участие в создании Case Studies по подкастам.



Ждем ваших заявок и предложений по трансформации Case Studies. svs@iabrus.ru

O IAB RUSSIA

The Interactive Advertising Bureau (IAB) Russia

Ассоциация развития интерактивной рекламы входит в международную сеть ассоциаций IAB, основная задача которой — рост и развитие рынка интерактивной рекламы.

Отделения IAB успешно работают в 43 странах на 4 континентах.

Приоритетными направлениями деятельности The Interactive Advertising Bureau (IAB) Russia являются:

- Образовательная деятельность;
- Работа над формированием индустриальных стандартов, гайдлайнов и глоссария;
- Проведение отраслевых мероприятий, включая MIXX Conference и MIXX Awards;
- Проведение исследований в области интернет рекламы с учетом имеющихся международных методологий и практик в этой сфере.

Контакты:

127018, г. Москва, ул. Полковая, д.3, стр. 3, этаж 4.

телефон/факс: +7 (495) 662 39 88

email: add@iabrus.ru, www.iabrus.ru

Документ подготовлен участниками комитета по Audio Advertising IAB Russia.

IAB Russia, 2021г.