



© 14 januari 2020, 10:00 (CET)

# Audio-first strategie cruciaal in veranderend medialandschap

## Spotify organiseert 3D Audio Workshops voor brands

**Digital audio (streaming van muziek en podcasts) maakt een steeds groter deel uit van onze mediaconsumptie, die meer en meer plaatsvindt via voice-bestuurde devices als smart speakers, smartphones en connected devices. Omdat het gebruik daarvan vaak screenless gebeurt, vraagt deze ontwikkeling van merken een primair op audio gerichte strategie. Om hen kennis te laten maken met de creatieve mogelijkheden van digital audio, organiseert Spotify Nederland sinds kort 3D Audio Workshops. Zo werd Disney's huidige Star Wars-campagne op Spotify tijdens zo'n workshop ontwikkeld.**

Een Amerikaans [onderzoek van mediabureau Mindshare](#) uit 2019 liet zien dat audio-only advertising niet alleen een meer emotionele reactie teweeg brengt dan louter visuele advertising, maar gemiddeld ook 18% meer positieve emotionele respons oproept. Calls-to-action in audio ads zijn voor consumenten bij uitstek positieve ervaringen, concludeert het bureau. Toch worstelen marketeers vaak nog met 'sonic branding' en hoe audio advertising op Spotify zo effectief mogelijk in te zetten. In een wereld waar de contactmomenten met consumenten steeds vaker screenless zijn, is het belangrijk dat merken zich ook op non-visuele media profileren.

Choukri Hachchi, Marketing Manager Studios bij The Walt Disney Company: 'De 3D audio ad die wij tijdens de Spotify workshop geproduceerd hebben, is een groot succes. The force is strong in audio! We hebben The Rise of Skywalker tot leven gebracht door de klassieke Star Wars geluidseffecten, de epische soundtrack en de impactvolle voice-over uit te voeren in 3D audio. Het is heel tof om te ervaren hoe je met het gebruik van 3D audio een blijvende indruk achterlaat bij de luisteraar.'

De campagne blijft op Spotify lopen ook nu Star Wars: The Rise of Skywalker is uitgebracht, hiervoor is de call-to-action in de audio ad aangepast.

Rachel de Jonge, Sales Director Nederland bij Spotify: 'Er is voor veel merken nog een wereld te winnen als het aankomt op het optimaal benutten van de creatieve mogelijkheden rond digital audio. Merken hebben de afgelopen jaren veel aandacht besteed aan het creëren van visual branding en een groot deel van hun advertising budget geïnvesteerd in visuele kanalen. Het ontwikkelen van een audio-first marketingstrategie is cruciaal in een medialandschap waarin connected devices en smart speakers oprukken. Audio advertising speelt hierin vanzelfsprekend een prominente rol. Spotify zal dit jaar meer 3D Audio Workshops organiseren voor merken die meer willen weten over de kracht van audio, en hoe audio optimaal ingezet kan worden als onderdeel van de media mix.'

---

#### OVER SPOTIFY-NL

##### **Over Spotify**

In 2008 veranderde Spotify voorgoed het luisteren naar muziek. Het is onze missie om het potentieel van menselijke creativiteit volledig te benutten door miljoenen artiesten de kans te geven te leven van hun kunst. En om fans de kans te geven om daarvan te genieten en erdoor geïnspireerd te raken. Alles wat we doen komt voort uit onze liefde voor muziek. Ontdek, beheer en deel meer dan 50 miljoen nummers gratis of upgrade naar Spotify Premium om toegang te krijgen tot exclusieve mogelijkheden zoals een offline modus, verbeterde geluidskwaliteit, Spotify Connect en luisteren zonder reclame. Vandaag de dag zijn we 's werelds grootste abonnementenservice voor muziekstreaming met een community van meer dan 248 miljoen gebruikers, onder wie meer dan 113 miljoen Spotify Premium-abonnees in 79 landen.

Spotify-nl