



© 18 juni 2020, 10:36 (CEST)

# Spotify introduceert video op Spotify Ad Studio platform

## Streamingsdienst breidt self-service platform uit met video-ads

Spotify introduceert video ads op Spotify Ad Studio, het self-service platform voor adverteerders. De aanvulling van video complementeert het al bestaande aanbod van audio ads en biedt adverteerders nu ook de mogelijkheid voor visuele storytelling. Zo kunnen brands hun doelgroep bereiken met content die naadloos overgaat van screen- naar screenless moments, terwijl gebruikers hun favoriete playlists en podcasts streamen.

Deze uitbreiding van Spotify Ad Studio is direct beschikbaar voor adverteerders in de VS, Groot-Brittannië en Canada. Voor geselecteerde adverteerders is het Spotify self-service platform al beschikbaar in [onlangs aangekondigde testmarkten](#) in Europa, Zuidoost Azië en Zuid-Amerika.

In tegenstelling tot andere digitale platforms, hebben Spotify gebruikers hun geluid altijd aan. Dit biedt merken de mogelijkheid hun boodschap zowel hoorbaar als zichtbaar bij de doelgroep onder de aandacht te brengen. Deze multi-zintuiglijke ervaring kan de audio strategie van merken enorm versterken en biedt een extra mogelijkheid om de aandacht van luisteraars te grijpen. Spotify's onderzoek, in samenwerking met Nielsen Brand Effect<sup>1</sup>, toont aan dat het combineren van audio en video advertenties op Spotify een twee keer hogere interactie creëert dan bij inzet van alleen video ads. Deze multi-format strategie zorgt voor bijna een verdubbeling in ad recall en brand awareness.

Enkele statistieken van adverteerders op Spotify en Spotify Ad Studio:

- De reclame-inkomsten van Spotify bestaan inmiddels voor gemiddeld 25% uit video.
- Zonder extra kosten kunnen adverteerders wereldwijd via Spotify Ad Studio een script uploaden. Spotify levert een volledig geproduceerde audio spot binnen 48 uur. In mei werd in landen (VS, VK, Canada, Australië en Nieuw-Zeeland) Ad Studios gelanceerd, 50% van de adverteerders maakte gebruik van deze dienst - 11% meer dan in maart 2020.
- Spotify Ad Studio heeft bewezen een sterk revenue channel te zijn, zelfs in onzekere tijden.

Video op Spotify Ad Studio is slechts de laatste toevoeging aan het self-service platform, beschikbaar voor adverteerders (brands, marketeers in de muziekindustrie en het MKB). In april werd Ad Studio al [uitgerold in 22 markten](#) wereldwijd. Daarnaast werden ook de functionaliteiten van Spotify Ad Studio uitgebreid, met real-time targeting op basis van interesse, muziek- en podcast streaming, inclusief targeting van luisteraars van zakelijke podcasts.

Lees hier meer over de [Spotify Ad Studio website](#). Voorbeelden van het gebruik van Spotify Ad Studio [zijn hier te bekijken](#). De beelden van de Spotify Ad Studio vind je [hier](#).

<sup>1</sup> Nielsen Brand Effect on Spotify, March 2020

---

#### 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