

Pressmeddelande
28 mars 2018

Adobe släpper analysverktyg för podcasts

De smarta telefonerna har fått oss att lyssna allt mer på podcasts, ljudböcker och streamad musik. Hittills har det varit svårt för producenter och annonsörer att få insikt i exakt hur det digitala ljudinnehållet konsumeras, exempelvis hur många som faktiskt har lyssnat på en viss podcast. Nu släpper Adobe ett analysverktyg som gör det möjligt att följa hela lyssnarupplevelsen – både online och offline.

Digitalt ljudinnehåll har de senaste åren vuxit kraftigt i popularitet. För producenter och företag har det stora intresset för podcasts, ljudböcker och streamad musik medfört vissa utmaningar. Fram tills nu har det nämligen varit omöjligt att mäta lyssnarnas beteende och engagemang.

Adobe lanserar nu ett analysredskap som för första gången någonsin ger företag och producenter möjlighet att få djupare insikt i hur digitalt ljudinnehåll konsumeras, både online och offline.

– Marknaden för digitala ljudböcker och sponsrade podcasts växer kraftigt. Därför är det även viktigt att de som skapar ljudinnehållet får insikt i användarnas lyssnarupplevelser och preferenser. På det sättet blir de klokare angående hur upplevelsen kan förbättras och det blir lättare att anpassa och rikta deras innehåll och annonser till specifika målgrupper, säger Imran Afzal, marknadschef i Norden för Adobe Experience Cloud.

De nya funktionerna gör det möjligt att:

Förstå lyssnarnas beteende: Företag har tidigare inte kunnat mäta användarnas engagemang när en podcast eller ljudbok laddats ner till en enhet. Med Analytics Cloud kan företag nu exempelvis se om en person lyssnat klart på podcasten, om en annons blivit förbispolad och hur tekniska aspekter (t.ex. buffring) påverkat upplevelsen – oavsett om innehållet laddats ner eller streamats.

Tjäna pengar på riktade annonser: Genom att fånga upp data om lyssnarnas beteende och val av innehåll kan företag lättare rikta relevanta annonser.

Bli varnad om oregelbundenheter i lyssnarupplevelsen: Genom att använda Adobe Sensei, som är Adobes AI och maskininlärningsteknik, blir företag varnade när det uppstår oregelbundenheter i lyssningen, exempelvis överdriven buffring i laddandet av en ljudbok. Samtidigt spåras tiden mellan att en lyssnare klickar på *play* och ljud börjar spelas.

Få insikt i hela ljudresan: Många använder sig i dag av flera digitala enheter och vill kunna börja lyssna på en podcast i telefonen, för att sedan lyssna klart på surfplatta. Nu kan företag mäta interaktionen på flera enheter för att förstå hur upplevelsen och användningen varierar.

Om Adobe Analytics Cloud

Adobe Analytics Cloud levererar marknadsanalyser och rapporteringsverktyg som gör det möjligt att få insikt i företags och användares data i realtid.

[Läs mer om Adobe Analytics Cloud](#)

För ytterligare information:

Adobe, kommunikationschef Jes Schyum, telefon +26 70 46 70, e-mail: jschyum@adobe.com
Daniel Nord, konsult Spotlight PR, telefon +46 704 584 371, adobe@spotlightpr.se

Om Adobe

Adobe förändrar världen genom digitala upplevelser. För mer information besök www.adobe.com