



# ¿Cómo convertir los podcast en una estrategia de marketing?

24/08/2022



Fondo Europeo de Desarrollo Regional  
Una manera de hacer Europa



***¿Qué dice un 'smart speaker' cuando le preguntas por tu marca?***



OFICINA  
**Acelera**  
*pyme*

**Cámara**  
Valladolid





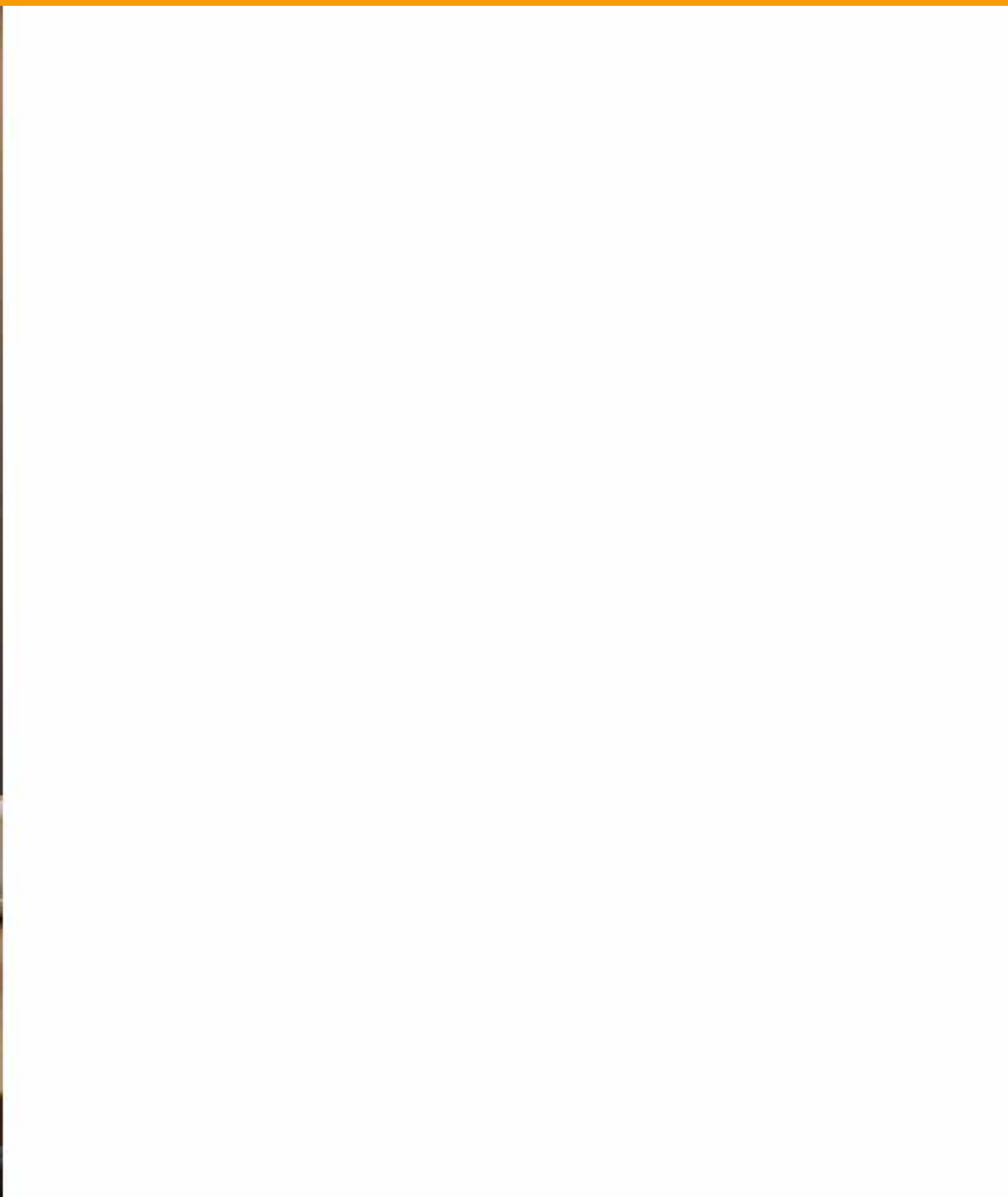
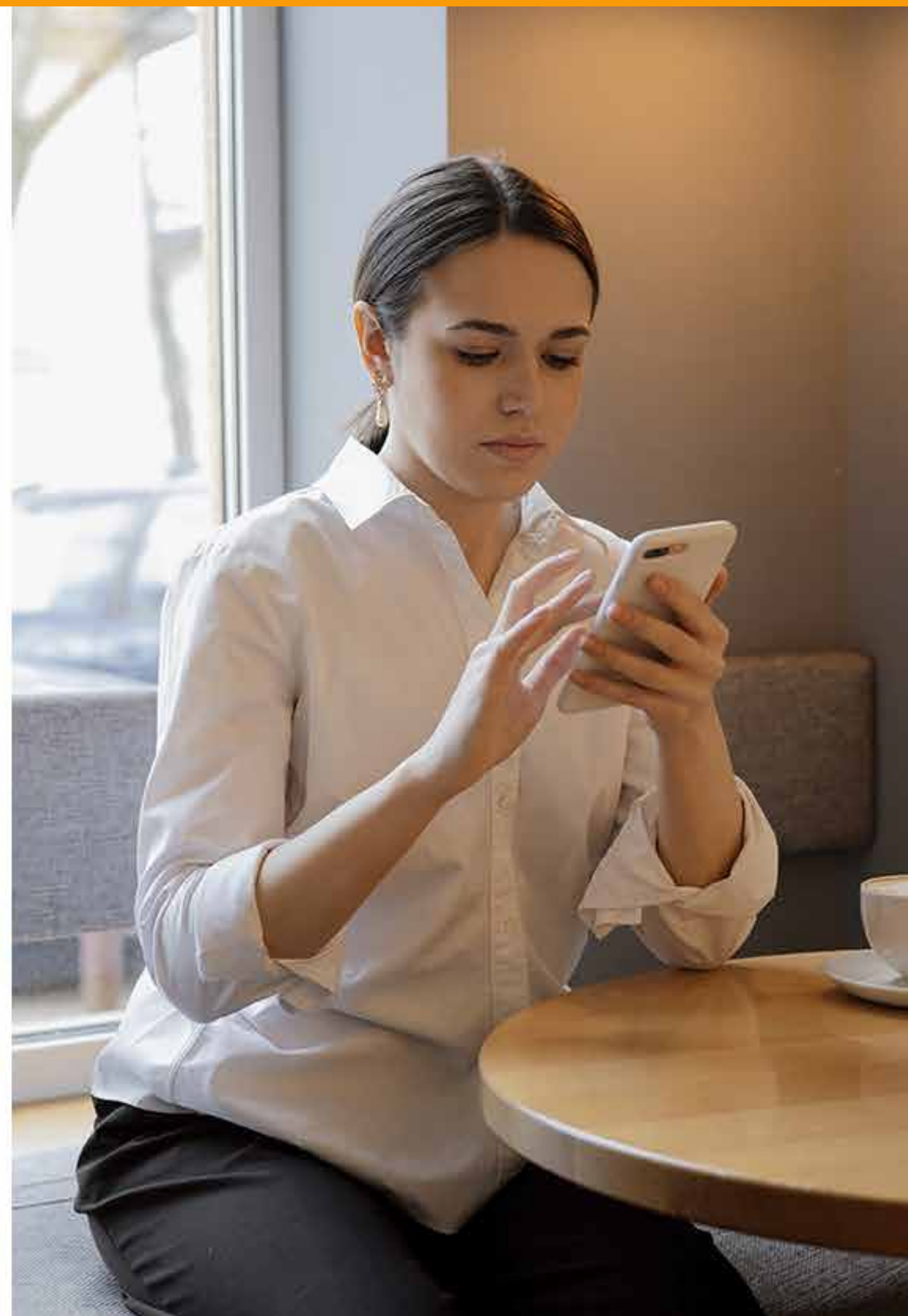
***¿Cuál es la voz de mi marca  
en el entorno digital?***



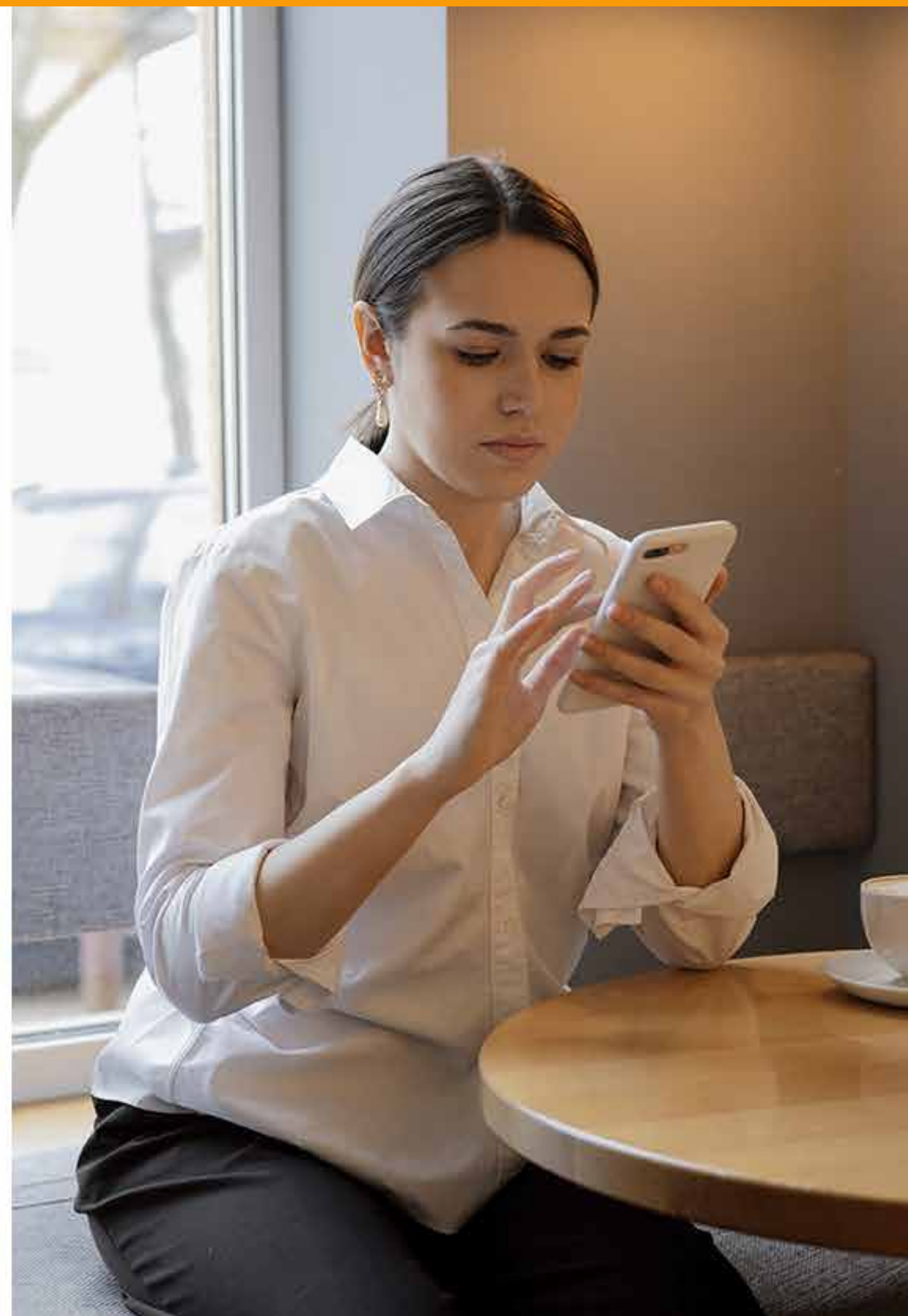
















## >Historia del podcasting

**2004**

**Ben Hammersley, corresponsal tecnológico de The Guardian, acuña el término.**

**2014**

**Se publica la primera temporada de 'Serial', el pódcast que revolucionó la escucha en USA.**

**2019**

**La era del 'big podcasting'  
Spotify compra Gimlet media por 230 millones.**

**PREVISIONES**

**100 millones de capítulos publicados en iVoox (2022)**

**100.000 millones USD industria del pódcast (2028)**



Noticia servida automáticamente por la Agencia EFE

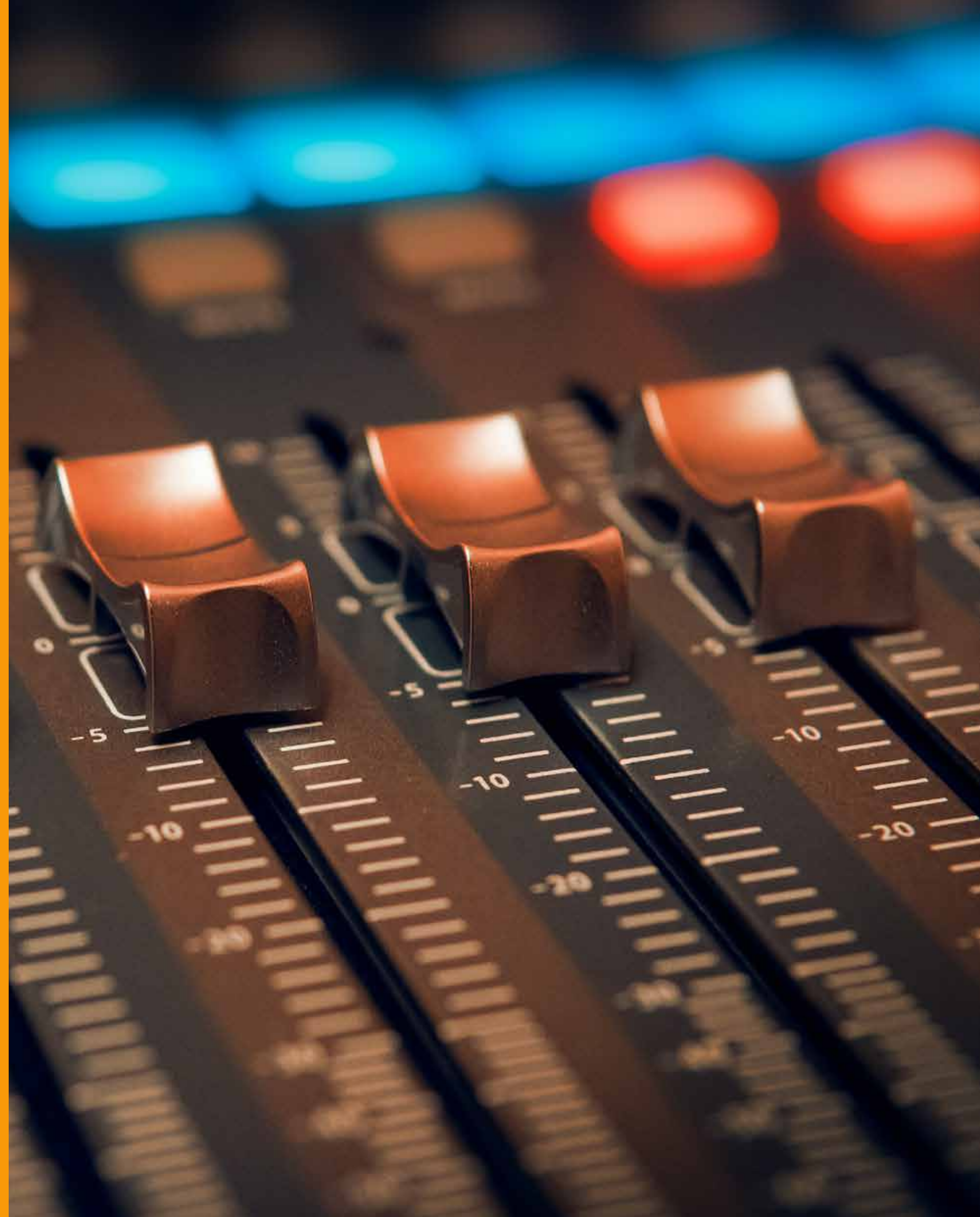
# The New York Times compra Serial para reforzar su apuesta por el podcast





## ¿Qué es un podcast?

1. Es una producción sonora de palabra hablada.
2. Se presenta como contenido seriado.
3. Se produce para consumo bajo demanda, porque su consumo es inmersivo, individual.
4. Ofrece contenidos para un consumo personal, atento e íntimo.
5. Permite la suscripción (y no solo de modelos de pago).
6. Produce siempre una interacción asincrónica con el oyente. Por eso, su contenido es atemporal.
7. Multidistribución.
8. Hiperespecialización
9. Flexibilidad; es decir, la posibilidad de mezclar géneros, formatos y duraciones.
10. Tensión narrativa. Los podcasts deben contar historias, no importa si son conversacionales o narrativos.





# MAGELLAN AI

top spenders

ADVERTISERS

PUBLISHERS

Rank	Month over Month Rank Change	Advertiser	January Spend
1	0	BetterHelp	\$7,209,000
2	+	HelloFresh	\$3,782,000
3	+	ExpressVPN	\$2,608,000
4	+	Geico	\$2,324,000
5	+	Athletic Greens	\$2,130,000
6	+	Squarespace	\$1,935,000
7	+	NBCUniversal	\$1,914,000
8	+	Helix Sleep	\$1,909,000
9	+	Progressive	\$1,909,000
10	+	Wix	\$1,670,000

## MAGELLAN AI

ADVERTISERS

PUBLISHERS

### Top Movers & Shakers

Rank	Advertiser	December spend	January spend	% change
1	Wix	\$141,000	\$1,670,000	1087%
2	Honda	\$24,000	\$902,000	3645%
3	Sittercity	\$0	\$667,000	-
4	Grove Collaborative	\$30,000	\$560,000	1793%
5	Blue Nile	\$134,000	\$555,000	313%
6	Planet Fitness	\$58,000	\$535,000	818%
7	Alto	\$0	\$504,000	-
8	Lexus	\$10,000	\$464,000	4594%
9	Slack	\$15,000	\$430,000	2753%
10	Future	\$0	\$411,000	-
11	CW	\$0	\$398,000	153602%











## >Eficacia de la publicidad en pódcast

**51 % de los usuarios asegura que los anuncios de pódcast les hacían querer comprar el producto o servicio anunciado frente al 38 % de la radio.**

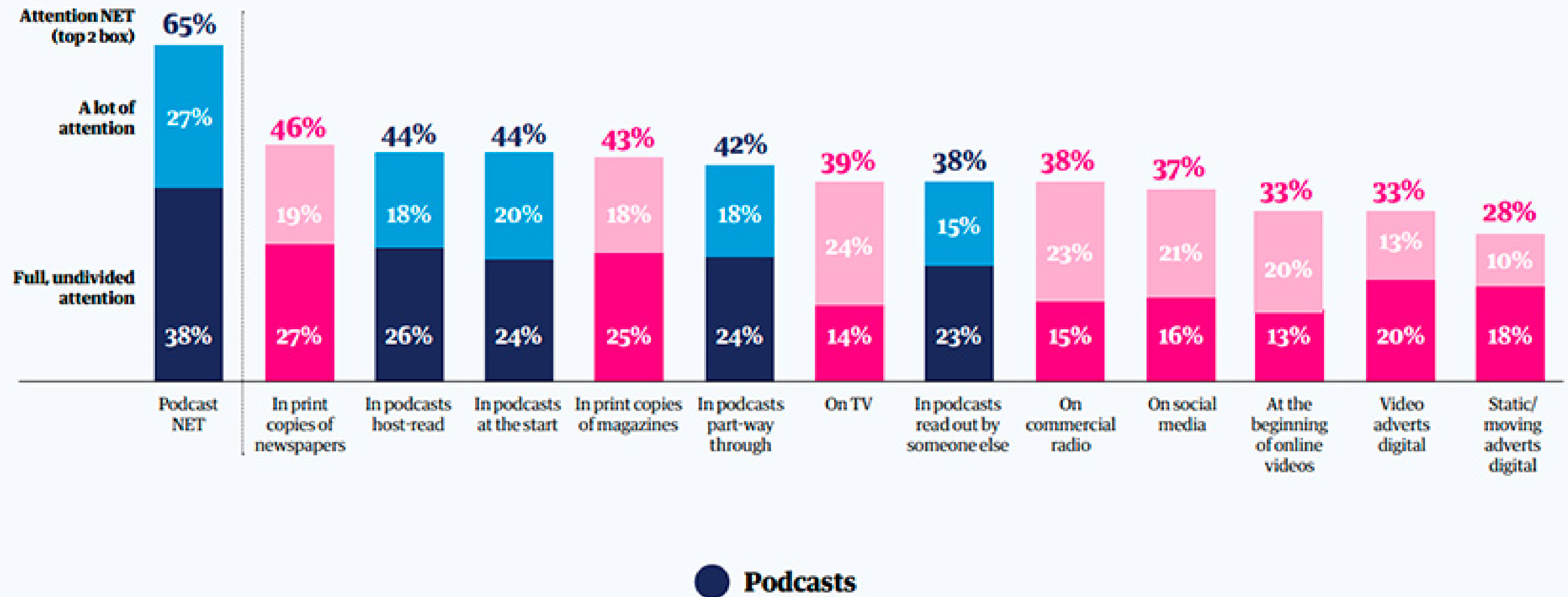
Refuerzan la marca y aumentan la confianza.



But we all know this growing reach is meaningless without attention

## Podcasts command the highest levels of attention of any media channel

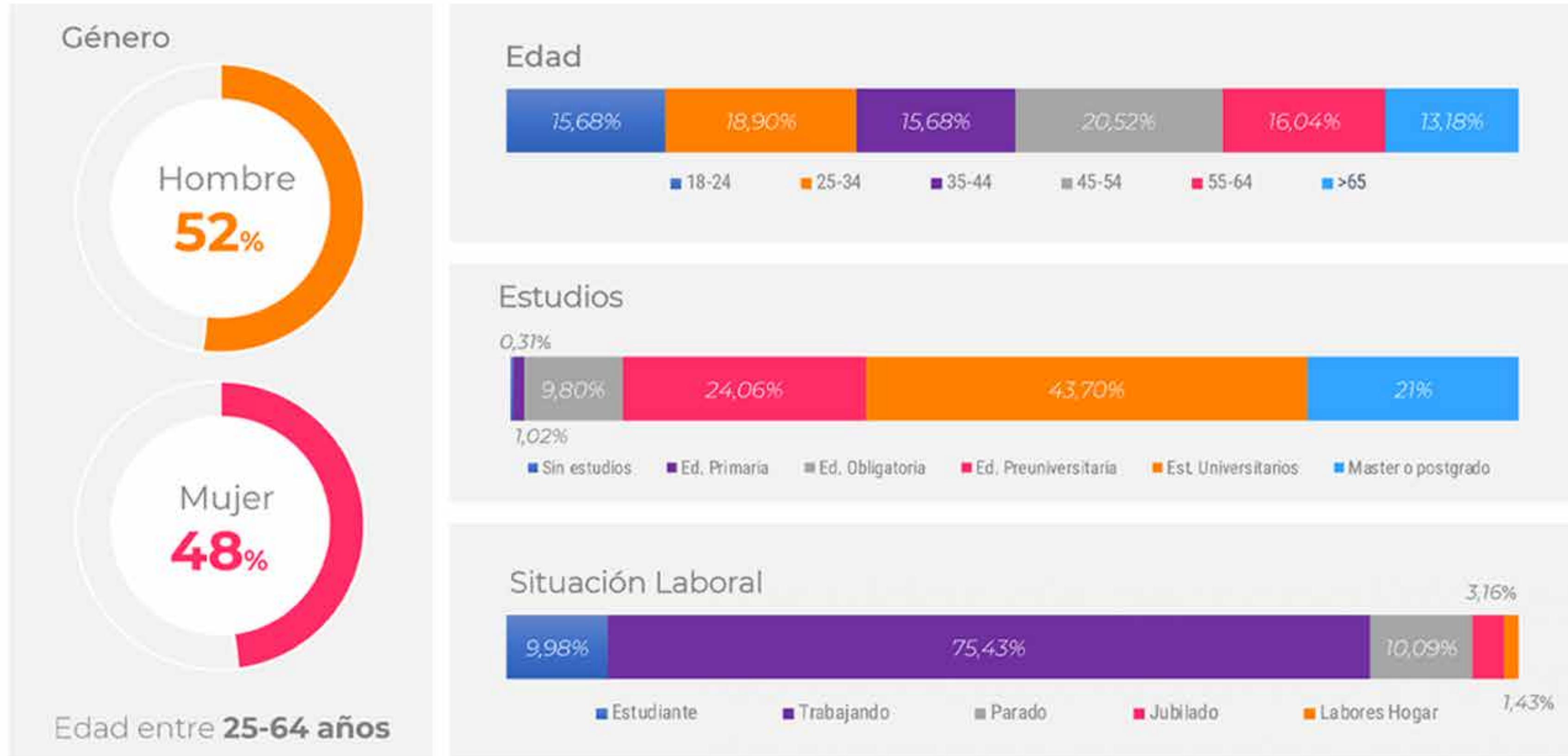
**% paying attention to ads on different channels**  
(among nat rep sample who use the channel monthly)



Source: The Guardian and Tapestry research, January 2022  
Q7. Typically, how much attention do you pay to the following types of adverts and promotional activities on a scale of 1 to 5, where 1 is no attention at all and 5 is full undivided attention?  
Base: n= 1,543 - 2,980 who use each channel monthly



## El perfil del oyente



Fuente: Observatorio iVoox | Informe 2021

## Hábitos de consumo

**51%** de la población escucha pódcast habitualmente

Media de consumo de **18,9** horas al mes



**82,67%**

HACIENDO TAREAS  
DEL HOGAR



**73,80%**

DESCANSANDO



**67,99%**

PASEANDO



**66,36%**

COCINANDO



**55,75%**

ANTES DE DORMIR



**53,72%**

CONDUCIENDO



**52,12%**

EN DESPLAZAMIENTOS



**49,81%**

HACIENDO  
DEPORTE



**44,74%**

TRABAJANDO



**33,72%**

EN LA DUCHA

Fuente: Observatorio iVoox | Informe 2021



## >Vinculación emocional

**27%**

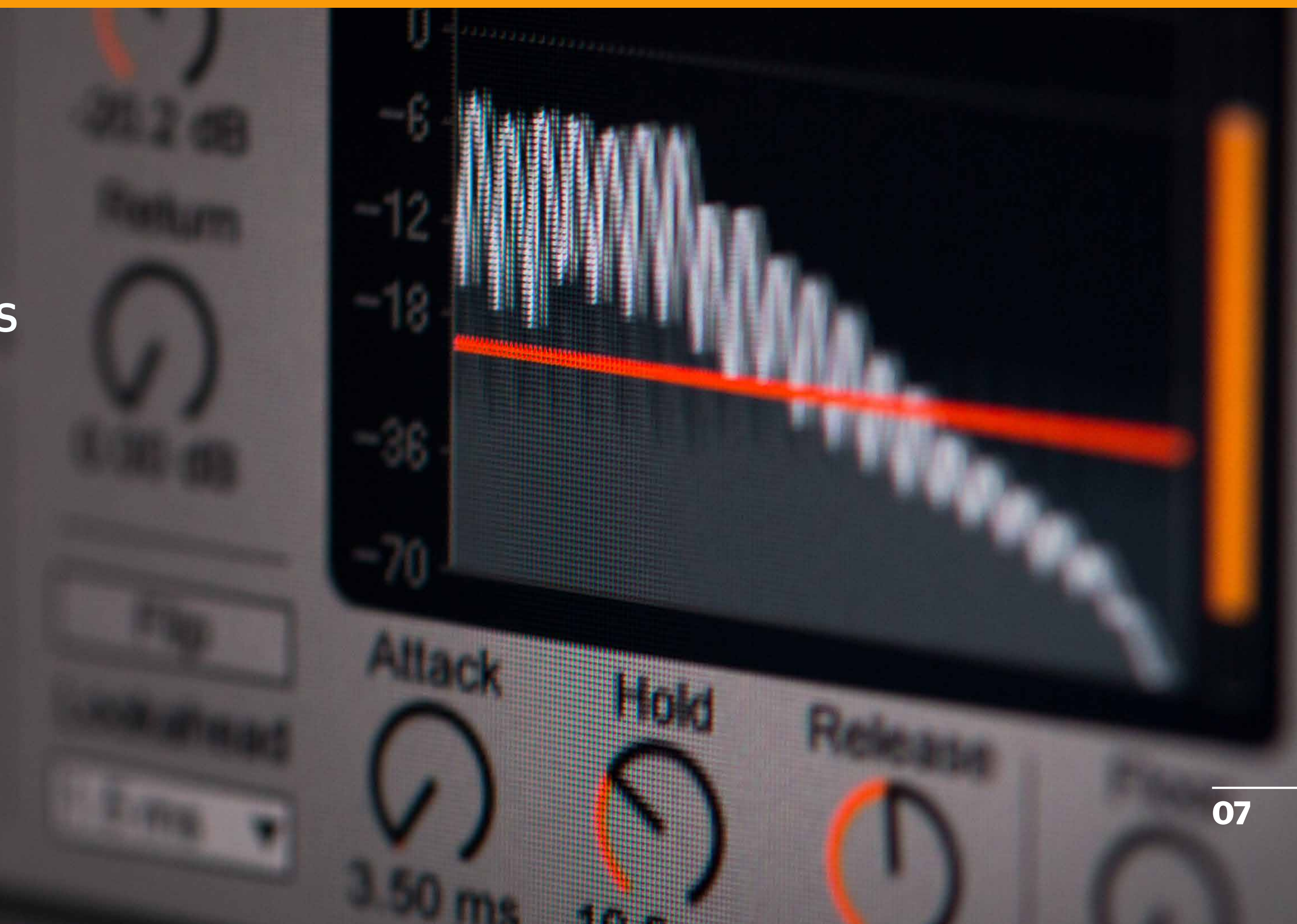
mayor que redes sociales

**23%**

mayor que televisión

**9%**

vídeo digital







## **ALGUNOS CLIENTES Y PROYECTOS**

### **Proyectos propios**

**Entrevistas con la Historia** (Divulgación histórica)

**Historias de la Ciencia** (Divulgación científica)

**Verba manent** (Podcasting y comunicación)

### **Ficción sonora**

**La Armada de la Especiería** (V Centenario de la Primera Vuelta al Mundo)

**Oculto** (Serie de concienciación sobre la psoriasis, a través de una trama de suspense)

**Las edades de Gijón** (Personajes históricos que recorren la ciudad)

### **Divulgación**

**Centro de Estudios Andaluces** (Proyectos de investigación en ciencias sociales)

**Novonordisk** (Divulgación sobre investigación farmacéutica)

**BBVA CIB** (Investigación en mercados financieros)

**RED.ES** (Presencia de empresas españolas en el Mobile World Congress '22)

### **Turismo**

**Grand Tour de Catalunya** (Turismo de Catalunya)

**Paraguay, solo para ti** (Turismo de Paraguay)

**Jacobeo del Sur** (Diputación provincial de Huelva)

### **Otros proyectos**

**Radioviajera.com, Castillos y Palacios de España, Attendis, Corporación Jiménez Maña, ONCE Andalucía, Naturcyl, Cadena SER, Onda Cero Radio, ExtraDigital, Podium Podcast.**



## >Estudios de sonido fuera de contexto



Una de nuestras apuestas ha sido la de llevar la producción de audio a lugares a los que no pertenece de forma natural, montando estudios para la grabación de pódcast en colegios, centros médicos, oficinas, laboratorios, fábricas y almacenes, persiguiendo una vinculación mayor de los empleados y clientes de las compañías con las producciones que desarrollábamos en cada momento.







**GRACIAS**

**QWERTY**  
podcast

[www.qwertypodcast.com](http://www.qwertypodcast.com)

**Contacto**

Ricardo Dómine

603 85 24 89

[ricardo.domine@qwertypodcast.com](mailto:ricardo.domine@qwertypodcast.com)