

Format particulièrement intéressant pour les entreprises du B2B, l'audio constitue, en effet, l'un des leviers à privilégier pour les annonceurs souhaitant atteindre leurs audiences cibles lors de périodes offline et hors écran.

La puissance de l'audio en B2B

Le podcast : un média qui s'ancre dans les usages

4M DE FRANÇAIS consomment des podcasts (en live ou replay) **chaque mois**

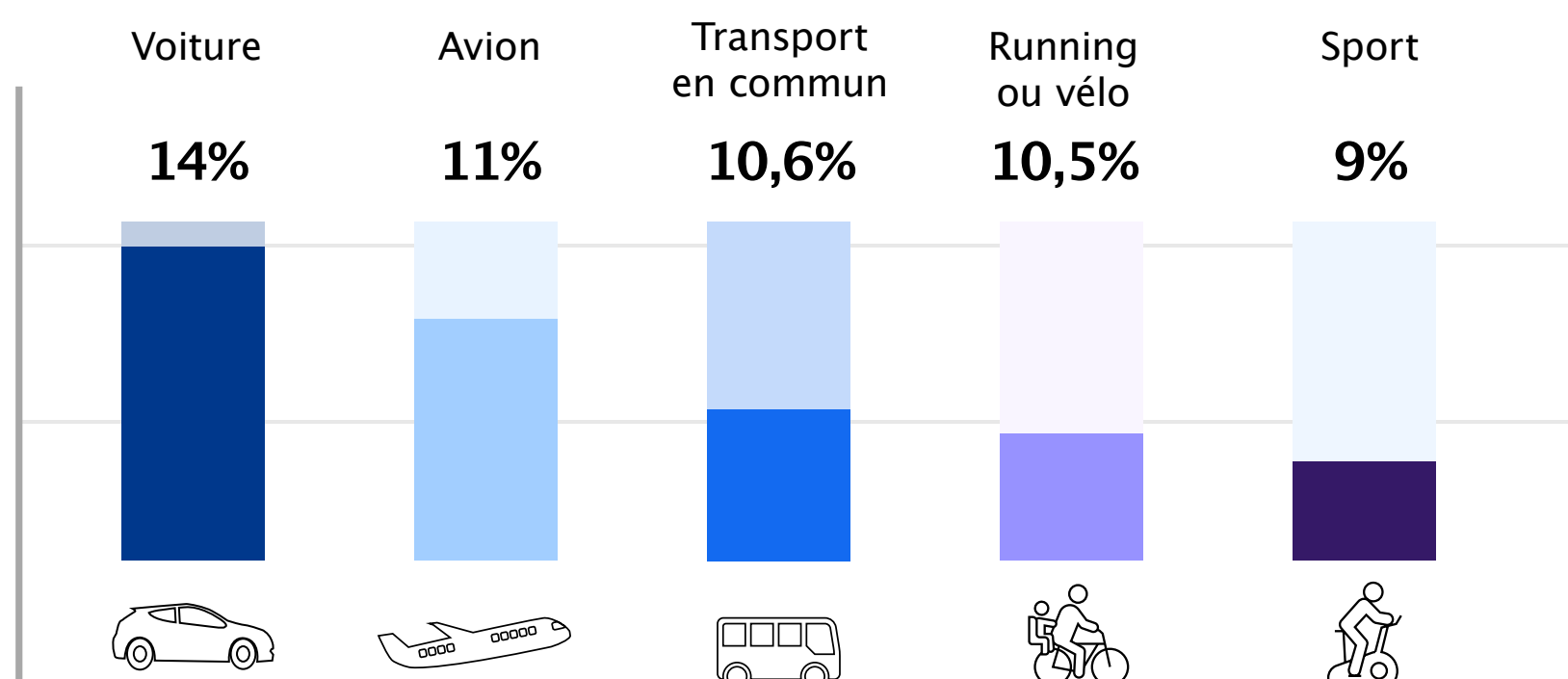


46% des auditeurs de podcasts sont **des décideurs B2B** (+4 pts en 1 an).

En 2 ans, l'écoute des podcasts a pris **10 points d'évolution** (2019 et 2021) :



Quand les Français écoutent-ils le plus de podcasts ?



63% des auditeurs de podcasts affirment avoir acheté le produit promu par l'animateur de l'émission.

71% des auditeurs visitent le site web du sponsor après avoir écouté un podcast.

Zoom sur le podcast natif

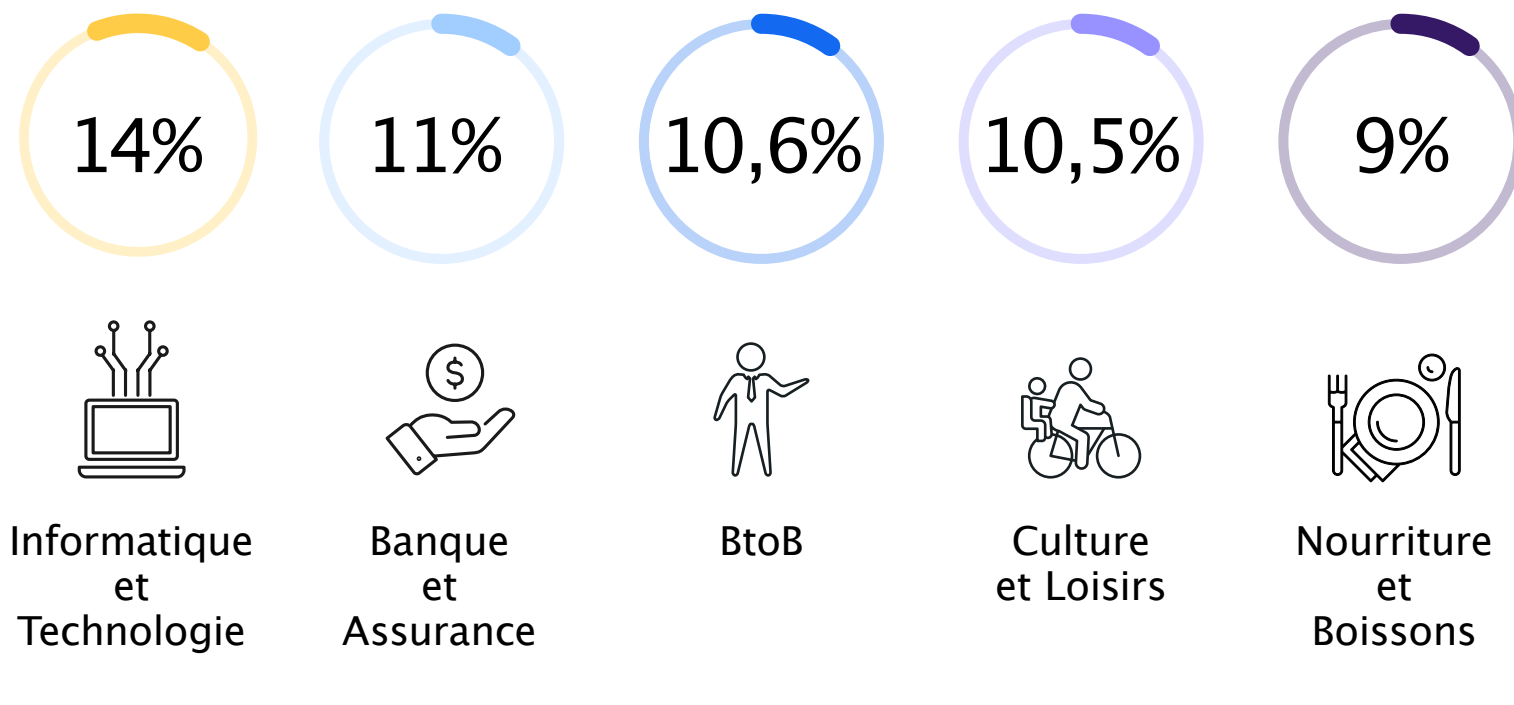
+48% d'écoutes mensuelles de podcasts natifs en 1 an.

L'écoute de podcasts natifs concerne désormais des Français de 18 à 64 ans.

1/3

L'auditeur de podcast natif a en moyenne **34 ans**

Quels sont les secteurs les plus investis par les marques ?



Quels sont les formats publicitaires les plus diffusés ?



Le nombre de campagnes incluant du sponsoring a augmenté de **118%** en 2021.

Le podcast : un média d'influence pour les marques

82% des auditeurs de podcasts seraient intéressés pour que les entreprises avec qui ils sont en relation proposent leurs propres podcasts.

92% de nouvelles marques ont intégré le podcast dans leur stratégie de communication cette année.

33% des annonceurs ont réalisé au moins 2 campagnes dans l'année.

87% des auditeurs estiment que proposer des podcasts est un bon moyen de communiquer pour une marque.

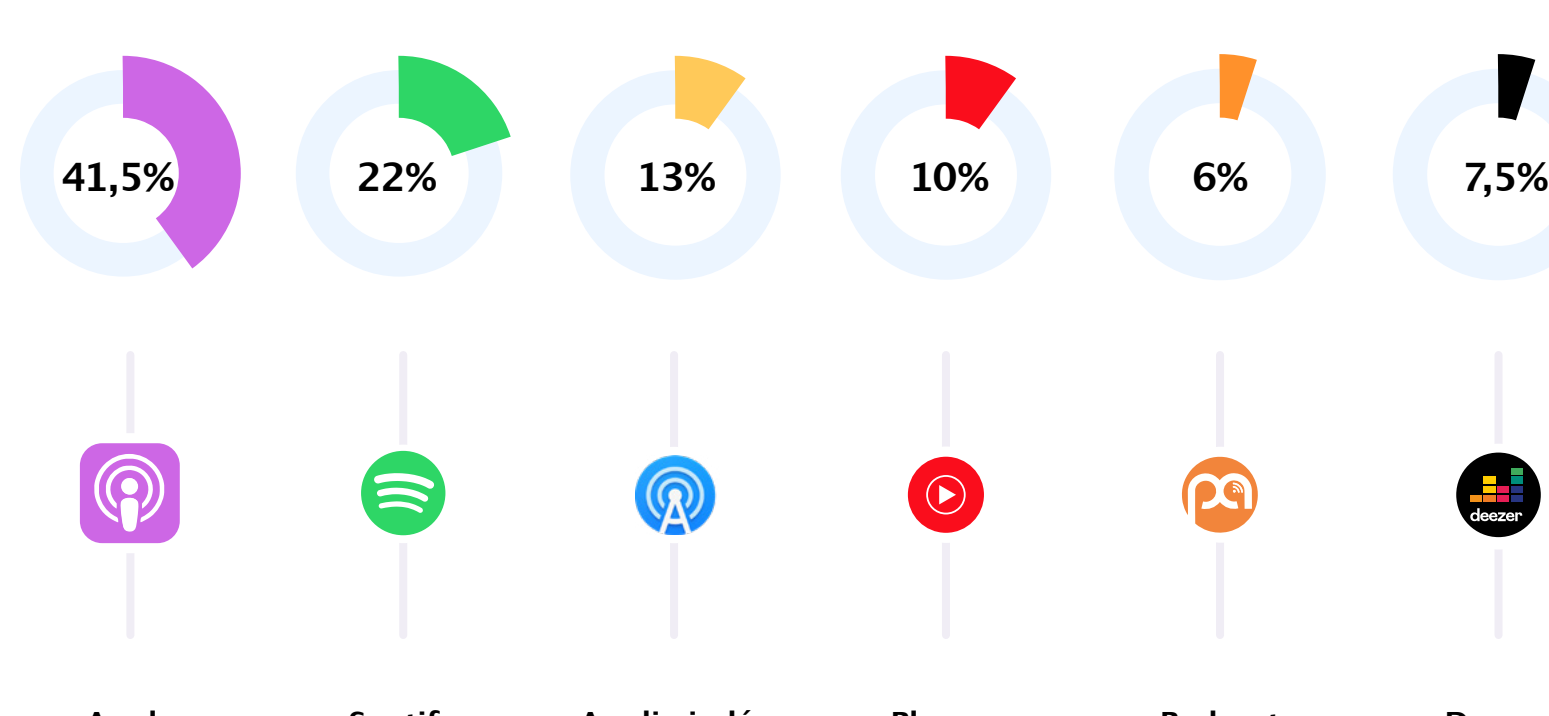


96% des auditeurs disent qu'une publicité dans les podcasts leur a donné envie de s'intéresser au produit ou à la marque.

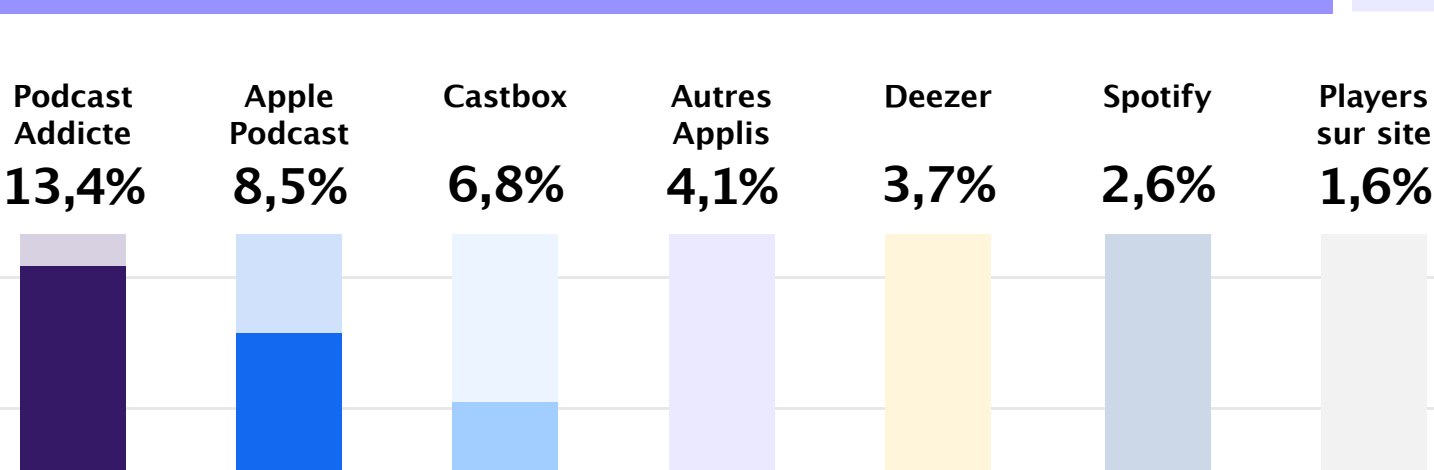
78% des consommateurs sont intéressés par des podcasts proposés par leurs marques préférées.

82% des marques créant leurs podcasts sont considérées par leurs clients et sont plus proches de leurs clients.

Quelles sont les plateformes les plus utilisées ?



Quelles sont les plateformes qui fidélisent le plus ?



Le taux de fidélisation est bien plus élevé sur les applications 100% podcast indiquant un engagement supérieur de leurs audiences.

Sources : ¹Médiamétrie – Etude Havas / CSA oct 2020 – Baromètre Acast, marché Français Oct - dec 2020 Vs oct - dec 2019 - My Marketing Xperience - (1min30.com) - Eckert Mathison - leconceptmarketing.com – Harris Media

Infopro Digital Média, votre partenaire pour cibler les décideurs B2B

Parce que le marché du B2B est en constante évolution, nous avons développé un panel de solutions innovantes pour vous aider à anticiper les besoins des décideurs B2B, à augmenter votre chiffre d'affaires et à rencontrer vos futurs clients.

Nos solutions, clés en main, s'appuient sur 35 marques médias puissantes*, influentes et leaders sur leur marché, ce qui vous garantit notoriété, développement business et faire de vous LE référent de votre secteur. Adresser le bon message à la bonne personne au bon moment sur le bon canal de communication : voici notre promesse !

Nous rassemblons chaque mois 12 millions de visiteurs uniques, décideurs et experts avec 56% d'audience exclusive par rapport aux autres sites économiques et disposons d'une data 1st party de 4 millions de professionnels intentionnistes qualifiés.

*LSA, Moniteur, L'Argus de l'assurance, La Gazette des Communes, L'Usine Nouvelle, L'Usine Digitale...

Une question ? Un projet ?

Contactez **Stéphanie GUILLOTIN**

stephanie.guillotin@infopro-digital.com

07 65 16 91 43

CLIQUEZ ICI pour nous suivre

INFOPRO DIGITAL MEDIA

La page LinkedIn suit toute l'actualité de la filière, les salons, les offres, les bonnes pratiques...