

Spotify でブランドストーリーを伝える

ストリーミングにあなたらしさがあふれてる

Spotify のリスナーは、気分を盛り上げたいとき、くつろぎたいとき、集中したいとき、ワークアウトやパーティー、そしてそれ以外のときも常に音楽とともに過ごしています。Spotify は、人々の本音の感情や特定のモーメントでの行動が、音楽という鏡に反映されることを確信しています。音楽は本質的に個人的で感情的なものですから、リスナーの気分、モーメント、マインドセットが反映されたこれらのインサイトによって、人口統計やデバイス ID だけでは推し量れない、背景や状況までもが織り込まれた豊かな Spotify データセットが構築されます。Spotify は、このデータセットに Streaming Intelligence という名前を付けました。リスナーによるストリーミングの利用が増加すればするほど、リスナーへの理解が深まります。

Streaming Intelligence を活用して、ブランドのインパクトを高めましょう



エンゲージメントの高いオーディエンス

Spotify はグローバルに展開 (そしてさらに拡大) しているため、いつでもオーディエンスにリアルタイムでリーチできます。



独自のインサイト

Spotify のデータセットは、フィルターなしでコンテンツに関連付けられたオーディエンスの把握を促すため、オーディエンスの行動や好みに関する詳細なインサイトを得られます。



インパクトの強い広告フォーマット

訴求力の高いオーディオ、ビデオ、ディスプレイ広告フォーマットで、ブランドを身近に感じてもらうことができます。



測定可能な成果

Spotify の測定パッケージにより、メッセージのインパクトを正確に数値化することができます。



Spotify for Brands

適切なオーディエンス ヘリーチ

Spotify は、世界最大のグローバルな
音楽配信サービスです

+271M

月間アクティブ
ユーザー数

153M

広告付きサービスを利用
している月間アクティブ
ユーザー数

+35M

3,500 万曲以上

+2B

20 億以上の
プレイリスト

79

79 の市場で
利用可能

Spotify はリスナーの生活の中心に

デバイスの使用状況



モバイル
51%



デスクトップ + ウェブ
24%



タブレット
19%



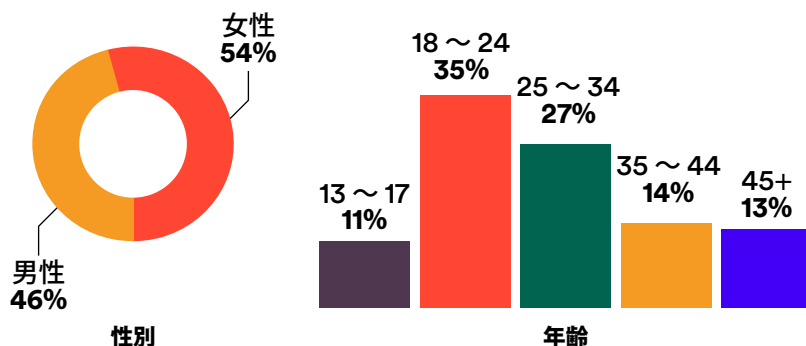
接続デバイス
6%

Streaming Intelligence で
Spotify リスナーを詳細に把握

2.6

無料のマルチデバイス
リスナーによる
所定の日の視聴時間*

人口統計の内訳



出典: SPOTIFY ファーストパーティーデータ、広告付きサービスを利用しているユーザーとプレミアムユーザー、グローバル、2019 年

*SPOTIFY ファーストパーティーデータ、広告付きサービスを利用しているマルチプラットフォームのユーザーのみ、毎日のコンテンツ利用時間/アクティブユーザー数、グローバル、2018 年

 Spotify for Brands



ターゲティングソリューション でキャンペーンを促進

適切なリスナーにリーチ

年齢と性別

年齢や性別を指定し、さまざまなプラットフォームからターゲットにリーチできます。

言語

リスナーのアプリケーションに設定されている言語でリスナーにリーチできます。

関心と行動

ストリーミングの習慣や音楽の好みを分析することによって、人口統計や関心に基づいたセグメントのリスナーにリーチできます。

エンターテインメント

- ・ライブエンターテインメント／コンサートによく行く人
- ・フェスティバルによく行く人
- ・ソーシャルナイト／パーティーピープル

- ・家に子どもがいる両親
- ・赤ちゃんが生まれたばかりの両親
- ・婚約中／既婚者

健康とフィットネス

- ・フィットネス愛好家
- ・ランナー
- ・健康
- ・ウェルネス／健康生活

技術および通信事業者

- ・テクノロジー系アーリーアダプター
- ・ゲーム愛好家
- ・PlayStation ユーザー
- ・Chromecast ユーザー
- ・Spotify at Home ユーザー
- ・Apple iOS ユーザー
- ・Android ユーザー
- ・スマートフォンユーザー
- ・タブレットユーザー
- * 米国、英国、フランス、ドイツで主要なサードパーティーのデータプロバイダが提供する追加のオーディエンスセグメント

ライフスタイル

- ・通勤者
- ・旅行者
- ・料理愛好家
- ・グルメ

家族のステータス

- ・母親
- ・父親



ターゲティングソリューション でキャンペーンを促進

最適なコンテキストで存在感を示す

プレイリスト

音楽を聴いているリスナーのアクティビティや気分に合わせてメッセージを届けます。

- ・リラックス
 - ・通勤
 - ・ディナー
 - ・集中／勉強
 - ・夜の女子会
 - ・休日
 - ・子ども
 - ・パーティー
 - ・ドライブ
 - ・ロマンス
 - ・睡眠
 - ・夏
 - ・旅行
 - ・ワークアウト
 - ・ヨガ
- * 米国では、その他にも追加カテゴリを含む

ジャンル

リスナーが特定のジャンルの曲を聴いた直後に、ブランドのメッセージを届けます。

- ・オルタナティブ
 - ・ブルース
 - ・子ども向け
 - ・クリスチャン
 - ・クラシック
 - ・カントリー／フォーク
 - ・ダンス／ハウス
 - ・イージーリスニング
 - ・エレクトロニカ
 - ・ファンク
 - ・ヒップホップ／ラップ
 - ・ホリデーミュージック
 - ・インディーズ
 - ・ロック
 - ・ジャズ
 - ・ラテン
 - ・メタル
 - ・ニューエイジ
 - ・ポップ
 - ・パンク
 - ・レゲエ
 - ・R&B
 - ・ロック
 - ・サウンドトラック
 - ・オーディオブック
 - ・トラディショナル
- * その他にも多数のサブジャンルを含む

プラットフォーム

ユーザーが使用しているプラットフォームに合わせて、キャンペーンを積極的に展開できます。

- | アプリケーションプラットフォーム | モバイル OS | モバイルデバイス | 携帯電話会社 |
|------------------|----------------|------------------------------|------------------------------------|
| ・iPhone | ・iOS | ・モトローラ | ・テリア |
| ・iPad | ・Android | ・LG | ・ボーダフォン |
| ・Android | ・Windows Phone | ・サムスン | ・スプリント |
| ・デスクトップ | | * その他 100 以上のモバイルデバイスメーカーを含む | その他にも、世界中で 200 以上のモバイルサービスプロバイダを含む |
| ・ウェブプレーヤー | | | |
| ・接続デバイス | | | |

場所

ユーザーの所在地を国、地域、州、都市、または DMA レベルで絞りこむことも可能です。

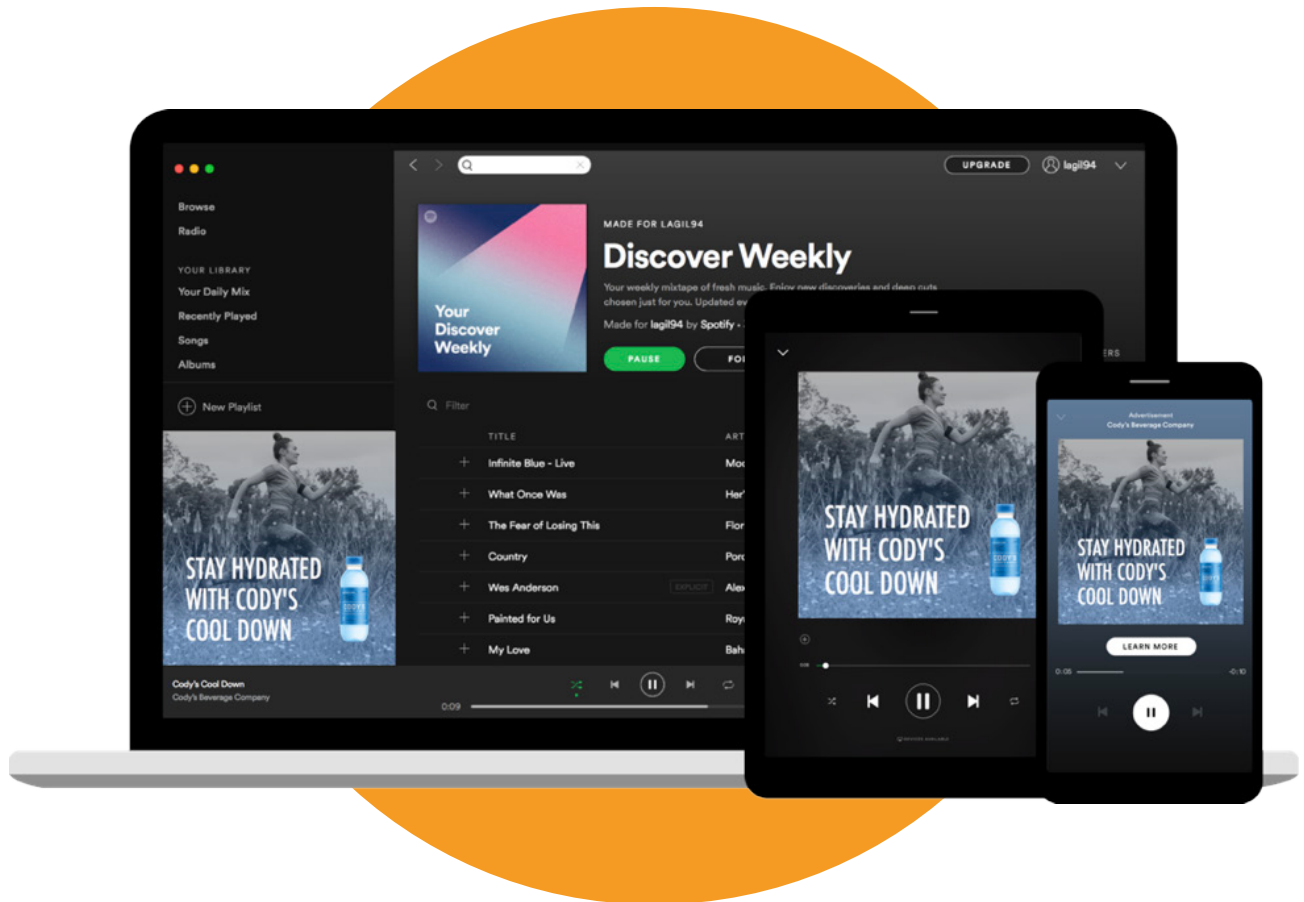
配信タイミング

キャンペーンやテレビ CM の放送に合わせて、ベストなタイミングでリスナーにリーチできます。



興味を引く広告フォーマット でインパクトを高める

オーディオ



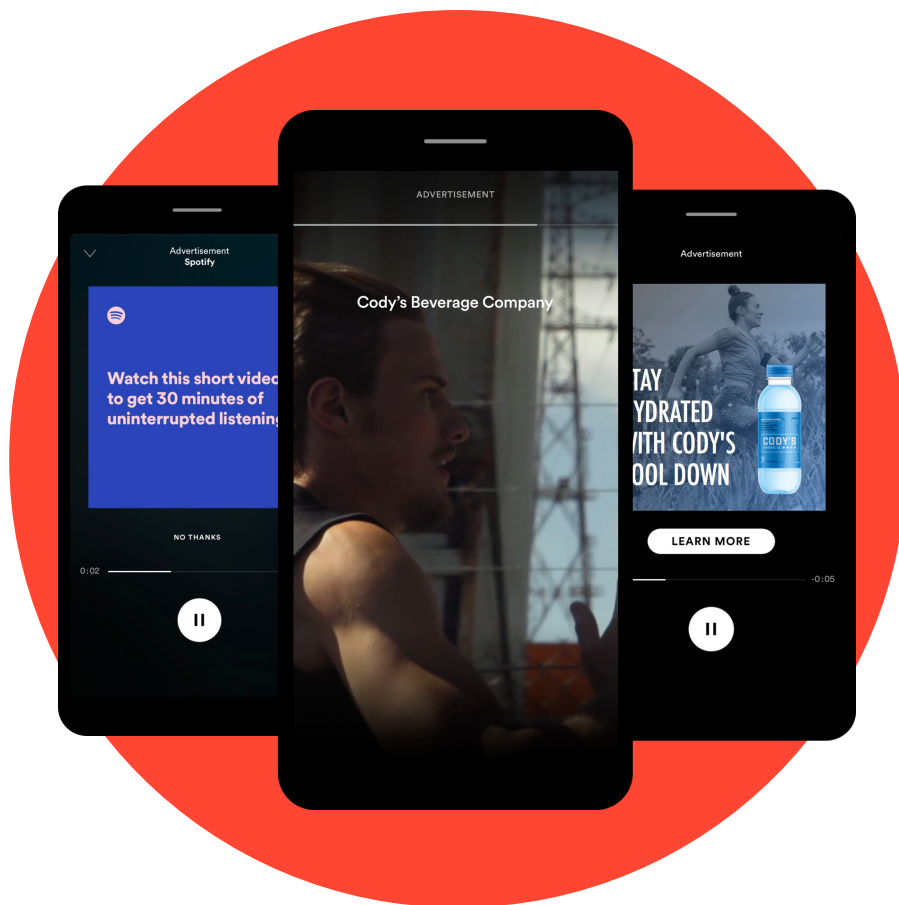
オーディオ広告

デバイスでもプラットフォームでも、エンゲージメントの高い Spotify ユーザーにリーチ

Spotify のオーディオ広告パッケージは、いつでもどこでもあらゆるデバイスで、ターゲットユーザーにリーチできます。オーディオ広告は、アクティブセッション中の曲間に提供されるため、ブランドは 100% の SOV を達成できます。

オーディオのスポット広告に加えて、クリック可能なコンパニオンバナー (カバーアート部分に表示) をご利用いただくと、キャンペーンの認知度を拡大し、宛先の URL にトラフィックを誘導することができます。

プラットフォーム: モバイル、デスクトップ、タブレット、ゲームコンソール、スマート TV、車載デバイス
仕様書はこちら



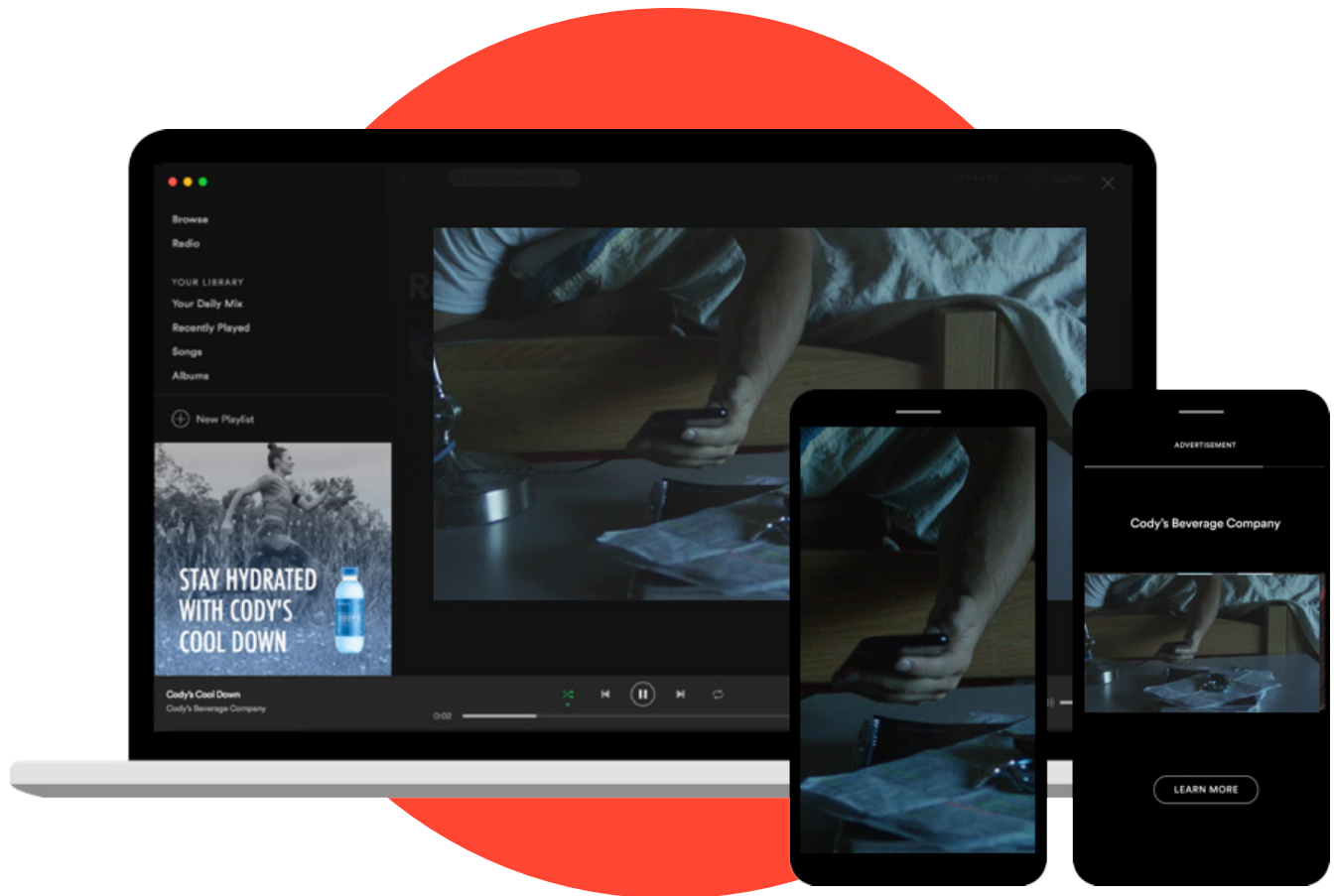
スポンサードセッション

30 分広告なしの音楽再生を提供してブランドアフィニティを促進

スポンサードセッションを使用すると、ブランドのビデオを視聴したリスナーは 30 分間広告なしで音楽を楽しむことができます。

リスナーには、モバイルセッション開始時にアプリが表示されている場合のみ、ブランドのスポンサードセッションが配信されます。リスナーがブランドのビデオメッセージを視聴した後、クリック可能なディスプレイユニットが表示され、リスナーをより深いエンゲージメントに誘導すると同時に 30 分間広告なしで音楽が再生されます。

プラットフォーム: モバイル、タブレット
仕様書はこちら



ビデオテイクオーバー

すべてのデスクトップとモバイルデバイスに、高品質で見やすいビデオビューを提供

多機能で没入感のあるキャンバスで、自信を持ってストーリーを伝えることができます。ビデオテイクオーバーは、あなたのブランドにプレミアムなアプリケーション体験へのアクセスを提供します。すべての広告は、ログインユーザーが視聴中でアプリが表示されているときに配信されます。Spotify のビデオ広告は、業界全体のベンチマークと比較して、トップクラスのビューアビリティスコアを達成しています。

ビデオテイクオーバーは、曲の合間の広告ブレイク中にブランドのビデオメッセージをリスナーに配信します。また、クリック可能なコンパニオンバナーを同時に表示して、さらにキャンペーンを強化することもできます。

プラットフォーム: モバイル、デスクトップ
仕様書はこちら

ディスプレイ

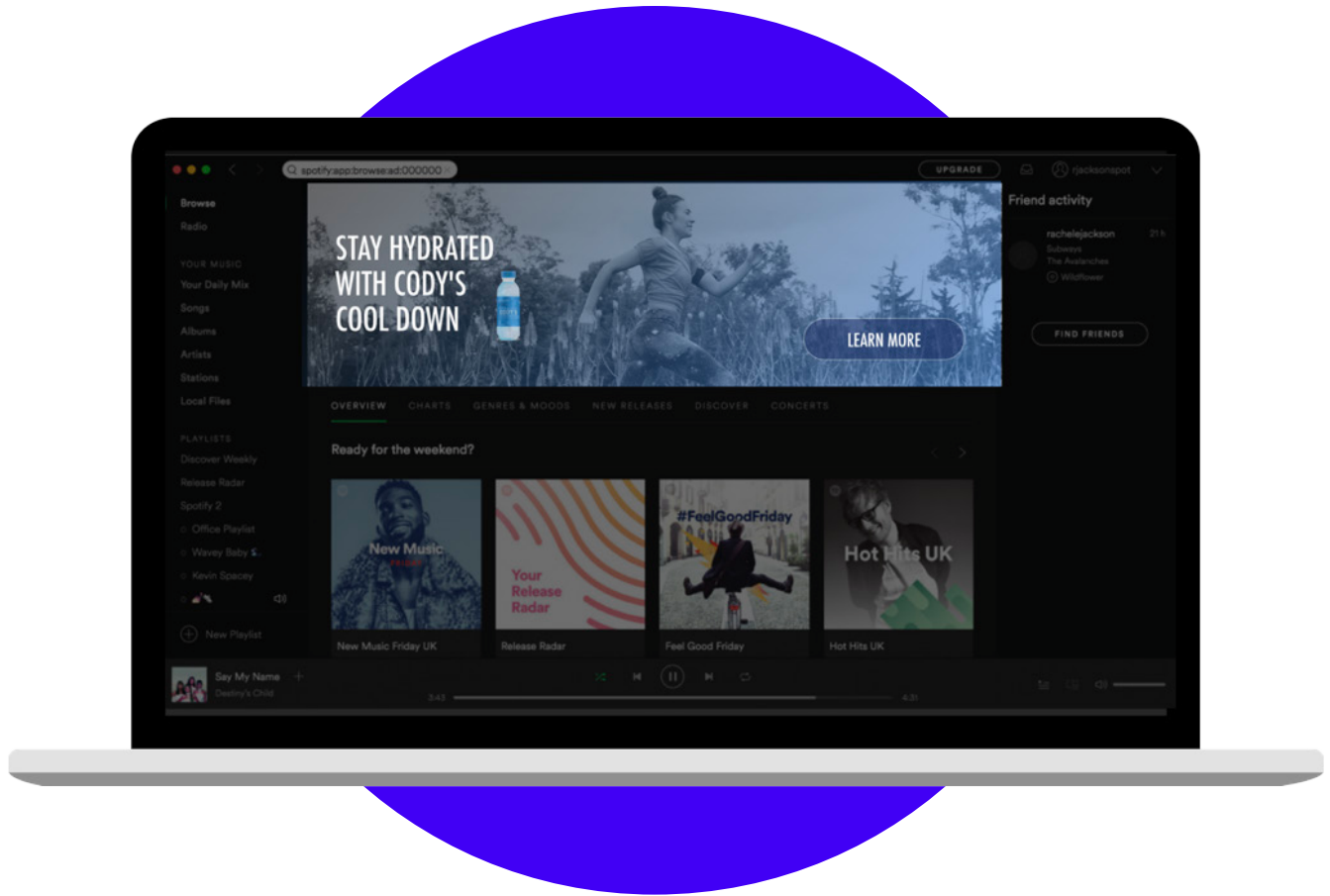


オーバーレイ

Spotify に戻ってきたユーザーをブランドメッセージでお出迎え

オーバーレイは、ユーザーが Spotify アプリに戻ったときに表示されるため、ブランドのインパクトが最大化されます。イマーシブディスプレイユニットのクリックによって、ブランドの URL へトラフィックを誘導できます。デスクトップオーバーレイは、(1) ユーザーが広告にエンゲージするまで、(2) ユーザーが X または Spotify アプリ内の任意の場所をクリックするまで、または (3) 30 秒経過するまで、全画面表示モードで維持されます。

プラットフォーム: モバイル、デスクトップ
仕様書はこちら



ホームページテイクオーバー

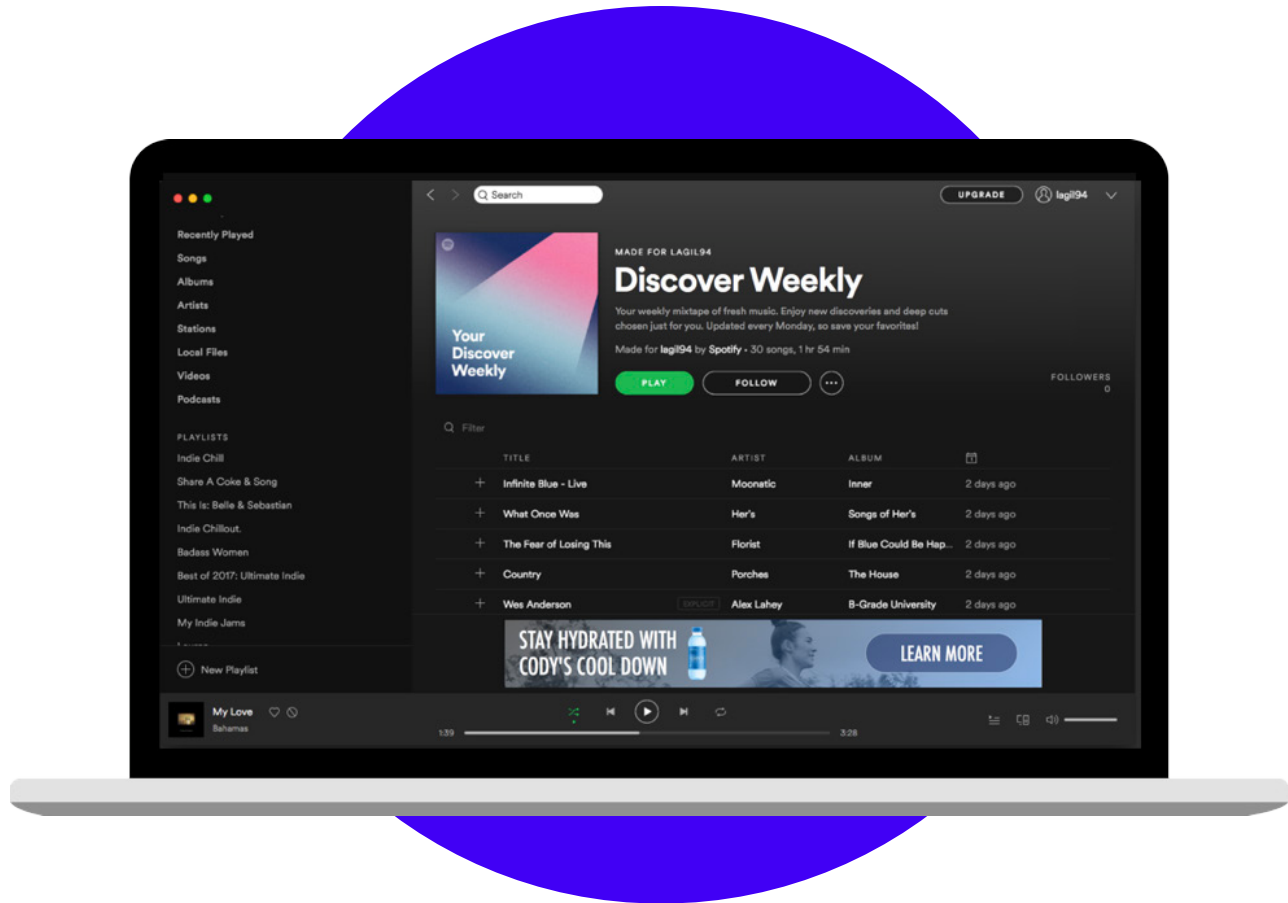
Spotify の Browse ページ中央にブランドを表示

Spotify の Browse ページ最前面に 24 時間ブランドメッセージを表示して、インパクトの強い体験を提供します。ホームページテイクオーバーはクリック可能なだけでなく、さまざまなメディアをサポートしているため、インタラクティブな要素を追加して、より効果的なブランディングを展開することもできます。

プラットフォーム: デスクトップ

[仕様書はこちら](#)

ディスプレイ



リーダーボード

IAB 標準ディスプレイでブランドメッセージを強調

ブランドセーフティが確保された環境でキャンペーンのリーチを拡大 - ブランドのメッセージだけが30秒間表示されます。リーダーボードのディスプレイユニットはクリック可能で、Spotify アプリが画面の最前面にある間だけ表示されます。

プラットフォーム: デスクトップ、ウェブアプリ

仕様書はこちら

測定可能な成果

Spotify のレポートと測定パートナーシップで成果を数値化

測定パートナー

Spotify では、プラットフォームを横断してリスナーに基づいた測定を提供しています。大手サードパーティーと提携して測定を行い、Spotify リスナーとのつながりをもたらす影響を検証します。

リーチ

オーディオ、ビデオ、およびディスプレイ広告が、適切なオーディエンスに視聴されたことを確認します。

IAS Integral Ad Science

MOAT

nielsen
Digital Ad Ratings (DAR)

反響

認知度、メッセージの関連性、購入意思などの指標に基づいて、メッセージがどのようにブランド認識に影響を与えたかを把握します。

 LEANLAB

nielsen
Brand Effect

