

Podcast : place à la mesure d'audience et à une meilleure monétisation des contenus

Alors que les podcasts étaient au début l'apanage des radios pour la mise en avant des replays, ils séduisent aujourd'hui de plus en plus d'éditeurs médias et pure-players qui misent sur ce support pour attirer un public plus jeune et connecté. Ce qui rend une réflexion autour de la mesure d'audience et de la monétisation de la valeur créée d'autant plus nécessaire.

email

Vous avez oublié votre mot de passe ?

Se connecter