

Zakelijke podcast: waar moet u op letten?



Het is belangrijk om te communiceren met zakelijke relaties, en daarbij kunnen podcasts een handig middel zijn. Dit zijn een soort radio-uitzendingen over een bepaald onderwerp. Uw organisatie kan ze in eigen beheer produceren en op allerlei kanalen publiceren. Maak daarvoor wel eerst een goed plan.

De populariteit van de podcast neemt de laatste jaren flink toe. Bijna de helft van alle Nederlanders beluistert wel eens een podcast, dus is het ondertussen een belangrijk communicatiekanaal. Het woord podcast is een samenstelling van iPod en broadcast, en eigenlijk is het een soort audioblog.

Het wordt ook wel 'on-demand radio' genoemd. Uw relaties, maar ook collega's, kunnen een podcast beluisteren wanneer, waar en hoe vaak ze willen.

Het doel

Houd het beeld van een radio-uitzending even vast. Die kan natuurlijk over van alles en nog wat gaan en in vele vormen worden uitgewerkt. Denk aan een levendig gesprek of een boeiende discussie, maar ook een monoloog door een capabele verhalenverteller of een interessant interview met belangrijke of bekende personen.

Zakelijk gezien betekent het dat uw organisatie in een aansprekende vorm nieuws of uitleg kan verspreiden over de producten of diensten die zij aanbiedt. Het doel kan bijvoorbeeld werving van meer klanten zijn, maar ook genereren van meer bekendheid of binding met relaties.

Technische voorbereiding

Behalve dat u moet vaststellen wat u wilt gaan vertellen, in welke vorm dat moet gebeuren, en wie dat moet gaan uitvoeren, moet de podcast ook technisch worden voorbereid.

Om de radio-uitzending te maken, heeft u onder andere een computer met goede microfoon nodig (het liefst opgesteld in een stille ruimte), eventueel ook koptelefoons, en audiobewerkingssoftware voor de nabewerking. Gezien de kwaliteit van de huidige hardware zou u zelfs voor een redelijk geavanceerde smartphone kunnen kiezen, maar test wel vooraf of dit tot radio-acceptabele en goed verstaanbare resultaten leidt.

Test vooraf of dit tot radio-acceptabele en goed verstaanbare resultaten leidt

Voor eventuele bewerkingen na de opname zou u een gratis opensourcesoftwareproduct als Audacity kunnen gebruiken.

Wat u natuurlijk ook nodig heeft, zijn kanalen om de podcast te publiceren. Dat kan heel kleinschalig zijn, bijvoorbeeld door in eigen beheer alle podcasts op uw eigen bedrijfssite te publiceren met behulp van hyperlinks.

U kunt dan relaties op de hoogte brengen wanneer uw organisatie weer een nieuwe podcast uitbrengt (en alvast de link toesturen). Dit is vooral handig bij een vaste klantenkring, of nauw omschreven doelgroep waarmee uw organisatie ook via andere kanalen al regelmatig communiceert. Als onderwerpen kunt u nieuws, nieuwigheidjes, handige tips of juist uitgebreide uitleg over uw producten of diensten behandelen.

Het nadeel van eigen beheer is wel dat u zelf steeds moet bekendmaken dat er een nieuwe podcast is verschenen. Als alternatief zou u kunnen denken aan het aanbieden van een soort abonnement of inschrijving om op de hoogte te blijven. Er is dan een wat hogere drempel, maar het kan uw organisatie ook interessante contactgegevens van haar doelgroep opleveren.

Platformen om uw podcast te delen

Externe hosting- of publicatieplatformen zijn ook een handige manier om uw podcasts te delen met de wereld. Denk dan aan platformen als Apple Podcasts, Google Podcasts of Spotify.

Publicatie op zulke platformen vindt meestal plaats in de vorm van postings, oftewel het achterlaten van een bericht of RSS-feed met (een link naar) uw podcast. Vaak gebeurt dat in groepen van al geïnteresseerde gebruikers of direct betrokkenen, zodat u meteen de juiste doelgroep bereikt.

De postings via een account moet u vaak handmatig uitvoeren, maar er zijn ook programma's die dat voor u doen, zoals SoundCloud en Anchor. Sommige van zulke hulpmiddelen kunnen na het uploaden van de podcast zelfs automatisch content verder verspreiden naar andere hostingplatformen.

Audiocontent bekendmaken

Met het online publiceren van de podcast bent u er nog niet. Uw organisatie moet ook nog bekendmaken aan anderen dat u interessante audiocontent beschikbaar heeft, oftewel: promotie.

Voor podcasts is nu eenmaal (nog) geen gids beschikbaar zoals voor radio en tv. Daarvoor heeft u dus marketingtools nodig, zoals een nieuwsbrief, (e-)mailing, een bericht op social media, (al dan niet digitale) reclamecampagne, of iets dergelijks.

Speciale podcast-media als vers kanaal

U kunt ook overwegen om voor de publicatie van podcasts gebruik te maken van podcast-apps (te downloaden in de stores) of van een podcast-medium als podcastluisteren.nl. Het is toch een soort van podcast-gids (zie eerder); in ieder geval een kanaal met gebruikers die uw organisatie niet kennen en rondsnuffelen op zoek naar interessante zaken.

Dit is een artikel van de redactie van Management Rendement

Management Rendement is dé informatiebron voor professionals die leidinggeven aan mensen en projecten. Het vakblad geeft je handvatten om projecten en processen in de organisatie te stroomlijnen en optimaliseren, en om de mensen die bij deze processen betrokken zijn – intern en extern – optimaal aan te sturen. Belangrijke onderdelen van Management Rendement zijn project- en procesmanagement, wijzigingen in relevante wet- en regelgeving, en concrete tips en adviezen voor het verbeteren van leiderschap én de effectiviteit, prestaties, vaardigheden en inzichten van teamleden.

De onafhankelijke en ervaren redactie van Management Rendement zit bovenop het nieuws en vertelt jou als eerste wat deze ontwikkelingen zijn. Altijd in heldere taal en met een praktische insteek, zodat je de informatie direct kunt vertalen naar je eigen werksituatie. Management Rendement is daarnaast multimediaal. De voor jouw vakgebied relevante informatie verschijnt:

- ✓ dagelijks op het digitale platform Rendement Online, waar je onder meer het laatste nieuws, checklists, rekentools, maatwerkbrieven en verdiepingsartikelen tot je beschikking hebt;
- ✓ wekelijks gebundeld in een e-mailnieuwsbrief;
- ✓ 11 x per jaar in het vakblad Management Rendement, boordevol nieuws en achtergrondartikelen, digitaal en op de mat;
- ✓ tweemaandelijks in een handzaam themadossier: een pocketboekje dat iedere editie een complex onderwerp uitdiept.



Rendement is een succesvolle uitgeverij van met name praktische vakbladen en digitale ondersteuning.

Het assortiment bestaat uit een crossmediaal portfolio: van printuitgaven zoals magazines en themadossiers tot online ondersteuning in de vorm van digitale naslagwerken, e-nieuwsbrieven, een vragenservice en tools.

www.rendementuitgeverij.nl