

BEZPŁATNY FRAGMENT



SPIS TREŚCI

RECENZJE

PODZIĘKOWANIA

SŁOWNICZEK PODCASTERA

WSTĘP

ROZDZIAŁ I. PODCAST BIZNESOWY – DO CZEGO JEST CI POTRZEBNY?

1. CO TO JEST PODCAST BIZNESOWY I DLACZEGO WARTO GO MIEĆ?

- 1.1 Podcast w teorii i w liczbach
- 1.2 Czym jest podcast biznesowy?
- 1.3 Jak jest skonstruowany podcast biznesowy?
- 1.4 Dlaczego warto mieć własny podcast?

2. ODBIORCA – CZYLI SERCE TWOJEGO PODCASTU

- 2.1 Cel Twojego podcastu
- 2.2 Odbiorcy w liczbach
 - a) Podcasty na świecie
 - b) Podcasty w Polsce
 - c) Czego najczęściej słuchają odbiorcy?
- 2.3 Kim jest Twój odbiorca?

3. JAK WYKORZYSTAĆ PODCAST W BIZNESIE?

PODSUMOWANIE

ROZDZIAŁ II. PIERWSZY PODCAST – JAK SIĘ DO NIEGO PRZYGOTOWAĆ

1. FORMATY PODCASTÓW

- 1.1 Wywiad
- 1.2 Monocast
- 1.3 Story
- 1.4 Recykling treści
- 1.5 Podcast edukacyjny

2. INNE KWESTIE ZWIĄZANE Z FORMATEM

- 2.1 Jaki będzie ton Twojego podcastu?
- 2.2 Jak często będziesz nagrywać – cyklicznie czy w seriach?
- 2.3 Jak długie będą poszczególne odcinki?
- 2.4 Jak często będziesz publikować?

3. PODCAST Z GOŚCIEM A PODCAST SOLO

- 3.1 Podcast z gościem – o czym warto pamiętać?
- 3.2 Podcast solo – o czym warto pamiętać podczas nagrania

4. PIERWSZY PODCAST OD KUCHNI, CZYLI JAK, GDZIE I NA CZYM NAGRYWAĆ?

- 4.1 Jaki sprzęt na początek?
- 4.2 Programy do nagrywania
- 4.3 Cztery uwagi techniczne na koniec

PODSUMOWANIE

SPIS TREŚCI

ROZDZIAŁ III. MONTAŻ I PUBLIKACJA ODCINKA KROK PO KROKU

1. SCHEMAT ODCINKA

- 1.1 Intro
- 1.2 Wprowadzenie
- 1.3 Odcinek
- 1.4 Jingle
- 1.5 Outro

2. PROGRAMY DO MONTAŻU

- 2.1 Audacity
 - 2.2 Anchor
 - 2.3 Garageband
 - 2.4 Reaper
 - 2.5 Descript
 - 2.6 Adobe audition
- PODSUMOWANIE

3. ZŁOTA TRÓJKA, O KTÓREJ WARTO PAMIĘTAĆ

- 3.1 Kompresja dźwięku
- 3.2 Redukcja szumów
- 3.3 Normalizacja głośności

4. MONTAŻ WŁAŚCIWY W 10 KROKACH

- 4.1 Zaimportuj dźwięk do programu
- 4.2 Wykonaj 3 złote kroki, o których pisałam wcześniej
- 4.3 Przesłuchaj swoje nagranie
- 4.4 Usuń zbędne dźwięki
- 4.5 Usuń niepotrzebne fragmenty
- 4.6 Popraw jakość dźwięku
- 4.7 Dodaj muzykę, jingle i efekty dźwiękowe
- 4.8 Wyrównaj poziomy głośności
- 4.9 Dodaj metadane
- 4.10 Eksportuj odcinek

5. PLATFORMY PODCASTOWE

- 5.1 Spreaker
- 5.2 Buzzsprout
- 5.3 Anchor

6. FINAL TOUCH, CZYLI O CZYM JESZCZE MUSISZ PAMIĘTAĆ

- 6.1 Tytuł odcinka
- 6.2 Opis odcinka
- 6.3 Notatki do odcinka

7. KIEDY WARTO SKORZYSTAĆ ZE WSPARCIA SPECJALISTY

PODSUMOWANIE

SPIS TREŚCI

ROZDZIAŁ IV. POSTPRODUKCJA I RECYKLING TREŚCI, CZYLI CO MOŻESZ STWORZYĆ Z JEDNEGO ODCINKA

1. TRANSKRYPCJA PODCASTU

- 1.1 Określ, jakiej transkrypcji potrzebujesz
- 1.2 Transkrypcja a seo dla podcastera
- 1.3 Jak wykonać transkrypcję?
- 1.4 Ile to trwa i kosztuje?

2. CONTENT MARKETING

- 2.1 Recykling treści
- 2.2 Wsparcie strategii komunikacji
- 2.3 Wsparcie bieżącego celu biznesowego

3. GRAFICZNA STRONA PODCASTU

- 3.1 Identyfikacja wizualna podcastu – do czego jest ci potrzebna
- 3.2 Jak stworzyć okładkę do podcastu
- 3.3 Jakie grafiki przygotować
- 3.4 Pinterest dla podcastera

PODSUMOWANIE

ROZDZIAŁ V. PODCAST W JĘZYKU OBCYM

- 1. CO TO JEST PODCAST WIELOJĘZyczny?
- 2. DLACZEGO WARTO GO MIEĆ?
- 3. CO PUBLIKOWAĆ?
- 4. JAK STWORZYĆ PODCAST W JĘZYKU OBCYM?
- 5. JAK DOPASOWAĆ PODCAST DO ZAGRANICZNYCH SŁUCHACZY?
- 6. CASE STUDY – PODCAST „SKOROGOVORKI V DUSHE”

PODSUMOWANIE

ZAKOŃCZENIE

NARZĘDZIOWNIK

BIBLIOGRAFIA

ZOSTAŃMY W KONTAKCIE

WSTĘP

Mikrofon, podcasty i języki, czyli jak to się zaczęło?

Książka, którą trzymasz w ręce lub przeglądasz na swoim ulubionym czytniku, to efekt kilku miesięcy intensywnego stukania w klawisze. Zdradzę Ci jednak, że zanim ją napisałam, spędziłam wiele lat (okej, niemal dekadę!), pracując nad własnym warsztatem, pogłębiając wiedzę o podcastingu, sprzęcie, nagraniach i edycji dźwięku.

I muszę przyznać, że w obu przypadkach nie było łatwo.

Zanim opanowałam podstawy montażu, nauczyłam się swobodnie mówić do mikrofonu i rozróżniać poszczególne funkcje w programach do obróbki audio, popełniłam mnóstwo błędów. Z każdego wyciągałam wnioski i samodzielnie, krok po kroku, pokonywałam kolejne wyzwania na drodze do własnego podcastu. I zrobiłam to – podkreśliłam wiedzę, wyciszyłam wewnętrznego krytyka, zredukowałam wątpliwości i nastroiłam się na działanie. A potem poukładałam te podcastowe puzzle w spójną, dźwięczną całość.

Wiem, że Ty też możesz się tego nauczyć. A ja zrobię wszystko, co w mojej mocy, żeby Ci w tym pomóc!

Od teraz aż do ostatniej strony będę Twoim wsparciem, towarzyszką podróży i doktorem Watsonem. Wspólnie rozwikłamy wszelkie podcastowe zagadki, wyjaśnimy nieznanne pojęcia i sprawdzimy, kto czeka na Ciebie po drugiej stronie mikrofonu. Przekonamy go, aby został z Tobą na dłużej.

Wszystkie wskazówki, które znajdziesz w tej książce, przetestowałam na własnej skórze: w moich podcastach oraz w audycjach, które realizuję dla klientów. Ogromny udział w jej powstaniu mieli również moi słuchacze, od których otrzymywałam feedback przez ponad rok regularnej publikacji odcinków.

Jako przedsiębiorca, właścicielka marki Wing Person oraz autorka dwóch podcastów biznesowych – w języku polskim oraz rosyjskim – mam świadomość, jak cennym narzędziem w kreowaniu wizerunku marki jest podcast biznesowy.

W kolejnych rozdziałach tej książki podzielę się z Tobą moim doświadczeniem, spróbuję zarazić Cię pasją do nagrywania podcastu oraz pokażę, w jaki sposób samodzielnie stworzyć audycję, która będzie wspierać Twoje cele biznesowe i komunikację Twojej marki w sieci.

Jednak zanim przejdziemy do konkretów, pozwól, że opowiem Ci pewną historię. Bo właśnie o to chodzi w podcaście biznesowym, żeby dzielić się opowieścią o Tobie, Twojej marce i tych wszystkich wydarzeniach, które doprowadziły Cię do miejsca, w którym jesteś.

Gotów na wspólną przygodę? :)

MOJA PRZYGODA Z MIKROFONEM

Pamiętam to jak dzisiaj. Dopiero wróciłam z półrocznego stypendium w Moskwie i musiałam na nowo przyzwyczaić się do polskiej rzeczywistości. Ostatni rok moich studiów na filologii rosyjskiej zbiegł się z drugim rokiem dziennikarstwa radiowo-telewizyjnego na Uniwersytecie Wrocławskim. I właśnie na tym drugim roku po raz pierwszy wpuścili nas do studia radiowego. Ba, nie tylko wpuścili, ale nawet pozwolili co nieco podotykać ;)

Przyznam, że nigdy wcześniej nie wierzyłam, że sprawdzę się w radiu – nie mam przecież niskiego, głębokiego głosu, a na samą myśl o wystąpieniach publicznych ręce zaczynały mi drżeć. Do tego byłam tak nieśmiała, że sam fakt, że usiadłam przed tym mikrofonem, był wielkim osiągnięciem.

Jednak kiedy już usiadłam, to nie miałam ochoty wstawać.

Moje pierwsze zadanie polegało na stworzeniu i nagraniu historii z użyciem trzech elementów: banana, kamienia i torebki. Po co? Żeby uruchomić wyobraźnię i poczuć moc, jaka tkwi w słowach i dobrej opowieści.

To był jeden z tych przełomowych momentów, w którym poczułam, że jestem we właściwym miejscu. Przez kolejne dwa lata doskonaliłam się w opowiadaniu historii, prowadząc wraz z przyszłym mężem audycję fantastyczną *Na miotle przez świat*. O nagrywaniu podcastów mało kto wówczas słyszał.

Potem zaczęłam szkolić się w montażu. Najpierw na studiach, potem na stażu w redakcji *Radia Zachód*. I wiesz co? Ta druga – techniczna – strona dźwięku fascynowała mnie jeszcze bardziej. Tak zostało do dzisiaj.

Uwielbiam opowiadać dobre historie, nagrywać je i dzielić się nimi ze słuchaczami. Jednak taką samą (jak nie większą) frajdę sprawia mi edycja, montaż dźwięku czy też tworzenie nowych materiałów z plików audio. I właśnie za to pokochałam podcasty. Za możliwość łączenia tych wszystkich elementów w jedno.

A przede wszystkim za możliwość tworzenia wyjątkowych opowieści, na które czekają słuchacze. Na tym polega magia mikrofonu – nie ma czegoś takiego, jak głos radiowy, nie ma dobrych i złych głosów, są tylko dobre lub źle opowiedziane historie.

W tej książce pragnę pokazać Ci, jak tworzyć wspaniałe historie o Twojej marce w formie podcastu.

Zanim jednak przystąpimy do pracy nad Twoją pierwszą audycją, opowiem Ci, w jaki sposób powstała moja.

MÓJ PIERWSZY PODCAST BIZNESOWY

Nie miałam własnej działalności, klientów ani doprecyzowanej oferty, a świat – zarówno wirtualny, jak i ten za oknem – nie miał pojęcia, kto stoi za marką Wing Person. Tak wyglądała moja rzeczywistość pod koniec 2019 roku, kiedy porzuciłam etat, żeby realizować się w wymarzonej pracy na swoim. Mimo wielu niewiadomych jednego byłam pewna – **chciałam mieć własny**

podcast. Wiedziały też o tym moje koleżanki z pracy, ponieważ w prezencie pożegnalnym podarowały mi mikrofon Novox NC-1, do którego wzdychałam od dłuższego czasu.

Przez pierwsze miesiące na swoim chwytalam się różnych zadań – tworzyłam wpisy blogowe, posty i grafiki do mediów społecznościowych, obsługiwałam skrzynki mailowe oraz zdalnie wspierałam klientów w codziennych zadaniach. Pomędzy tymi zadaniami tworzyłam moje pierwsze podcastowe opowieści.

Nazwę **Biznesowe Potyczki Językowe** wymyśliła moja mentorka, Karolina Brzuchalska, podczas jednego z naszych spotkań coachingowych. To był strzał w dziesiątkę – trzy słowa, które idealnie oddają to, czym chciałam się zajmować.

Podcast uruchomiłam w styczniu, i powoli tworzyłam ofertę – na montaż, narrację, transkrypcję, oprawę graficzną i językową. Bo tym właśnie się zajmuję, ubieraniem historii biznesowych w słowa. Nie jestem strategiem, nie umiem samodzielnie układać procesów i lejków sprzedażowych, ale potrafię wspierać komunikację za pomocą historii, postów, wpisów blogowych i – oczywiście – podcastów.

Za każdym biznesem kryje się jakaś opowieść, którą powinni usłyszeć jego odbiorcy. To właśnie ta opowieść pokazuje, dlaczego robisz to, co robisz, co Cię motywuje, jakie masz cele i wartości.

Cenię podcasty, ponieważ:

- wspierają moją komunikację,
- pozwalają kreować wizerunek marki eksperckiej,
- pokazują moją ofertę i umiejętności – chociażby w montażu i narracji,
- dają przestrzeń do podzielenia się swoją wiedzą,
- umożliwiają nawiązanie bliskiej, niemal osobistej relacji z odbiorcą,
- pokazują mnie taką, jaka jestem – tu i teraz, co tydzień.

Podcasty stanowią idealną bazę do tworzenia kolejnych treści: transkrypcji, wpisów blogowych, postów do mediów społecznościowych i wielu innych, dzięki którym możesz wzmacniać codzienną komunikację swojej marki. O tym, jak stworzyć podcast i wykorzystać go do celów biznesowych, opowiem w tej książce.

DLACZEGO NAPISAŁAM TĘ KSIĄŻKĘ

Wierzę w moc podcastów! Są dla mnie narzędziem, które pozwala przedsiębiorcom pokazać ludzką stronę biznesu, zdobyć zaufanie klienta i związać go z marką na dłużej.

Pragnę pokazać Ci, jak wykorzystać podcast do nawiązania bliskiej relacji z odbiorcą i wzmocnić wizerunek Twojej marki w sieci. Zabiorę Cię w fascynującą podróż, podczas której odkryjemy Twoje cele, poznamy bliżej Twoich słuchaczy i zgłębimy tajniki powstawania podcastu biznesowego.

Z TEJ KSIĄŻKI DOWIESZ SIĘ:

- Dlaczego warto nagrywać podcast o Twojej marce.
- Do czego wykorzystać podcast w Twoim biznesie.
- Jak stworzyć podcast i gdzie go publikować.
- Jak określić cel, format i odbiorców podcastu.
- O czym i jak opowiadać w kolejnych odcinkach.
- Jak wpleść podcast do strategii komunikacji w mediach społecznościowych.
- Jakie dodatkowe treści stworzyć na jego podstawie.
- Jak przygotować transkrypcję i zadbać o SEO.
- Jak wykorzystać podcast do budowania wizerunku marki eksperckiej.

I NAJWAŻNIEJSZE:

- Jak nawiązać bliską relację z Twoim odbiorcą, zaangażować go w Twoje treści i sprawić, że z niecierpliwością będzie czekał na następny kontakt z Tobą i Twoją marką.

JAK PORUSZAĆ SIĘ PO KSIĄŻCE?

Książka składa się z 5 rozdziałów:

W pierwszym opowiem Ci o tym, czym jest podcast biznesowy i w jaki sposób możesz wykorzystać go do opowiadania o swojej marce i nawiązywania relacji z odbiorcą. Przyjrzymy się nieco liczbom i odkryjemy, kto, gdzie, kiedy i dlaczego słucha podcastów oraz jakie to ma znaczenie dla Twojego biznesu.

Drugi rozdział poświęciłam Twojemu pierwszemu podcastowi. Dowiesz się z niego, jakie są formaty podcastów, jak przygotować się do nagrania odcinka solo i w duecie oraz w jaki sposób przygotować gościa do wywiadu. Pokażę Ci też, jak zaaranżować domowe studio, w jaki sprzęt zaopatrzyć się przed pierwszym odcinkiem i z jakich programów korzystać, aby go nagrać.

Trzeci przystanek w naszej podcastowej podróży to edycja i montaż dźwięku. Potniemy odcinek na mniejsze segmenty i zmiksujemy je ze sobą. Weźmiemy pod lupę najpopularniejsze programy i aplikacje, które nam w tym pomogą i postaramy się nie popełnić *seppuku* nad zawiłymi kwestiami technicznymi. Żartuję, szybko przekonasz się, że nie taki diabeł straszny, jak go malują :)

Czwarta część to wszelkie wariacje na temat treści, czyli postprodukcja i promocja Twojego podcastu w sieci. Pokażę Ci, ile materiałów możesz stworzyć z jednego nagrania, opowiem, dlaczego warto zainwestować w transkrypcję i omówię przykładowy harmonogram treści w mediach społecznościowych. Zdradzę też, jak wykorzystać podcast do wspierania Twoich bieżących celów biznesowych.

W piątym rozdziale czeka nas podróż za ocean. Wspólnie sprawdzimy, jak wygląda podcasting za granicą i zastanowimy się, czy są tam Twoi słuchacze. Opowiem Ci o

zaletach nagrywania podcastu w języku obcym, podpowiem, kiedy warto go stworzyć oraz o czym opowiadać, żeby podbić serca zagranicznych słuchaczy.

CO JESZCZE ZNAJDZIESZ W KSIĄŻCE:

- słowniczek podcastera,
- fakty i mity na temat tworzenia podcastów,
- skuteczne porady dla początkujących,
- rozwiązania na każdą kieszeń,
- case study i praktyczne wskazówki, jak wpleść podcast do komunikacji Twojej marki w sieci.

A DODATKOWO:

- dostęp do *Narzędziownika* online,
- instrukcję dla gościa,
- planner podcastowy,
- przykładowy plan treści z wykorzystaniem transkrypcji.

Jak widzisz, przed nami długa wyprawa.

Przypuszczam, że na tym etapie możesz czuć się oszołomiony liczbą nowych zadań i umiejętności, które trzeba i warto opanować. Dlatego zanim przejdziemy do sedna, postaram się rozwiać obawy, które być może powstrzymują Cię przed nagraniem podcastu biznesowego i wypuszczeniem go w świat.

MITY I PRZEKONANIA NA TEMAT TWORZENIA PODCASTU

Podczas konsultacji podcastowych moi klienci często wyrażają obawę, że nie poradzą sobie z regularną produkcją odcinków. Mają rozmaite wątpliwości, które blokują ich przed działaniem i nie pozwalają wystartować z pierwszym podcastem. Poniżej zebrałam najczęstsze z nich, a także kontrargumenty, aby przekonać Cię, że posiadasz wszystko, aby zacząć nagrywać podcast. A już na pewno będziesz posiadał po lekturze tej książki :)

- ***Mój głos nie nadaje się do nagrywania. Nie jest radiowy*** – nie ma czegoś takiego, jak głos radiowy. Nie ma dobrych i złych głosów. Są tylko dobre i nieco słabsze historie. W tej książce opowiem Ci, jak sprawić, żeby Twój głos brzmiał bardziej profesjonalnie i zachęcał do słuchania.
- ***Jestem introwertykiem, wstydzę się mówić do ludzi*** – wyobraź sobie, że po drugiej stronie jest przyjaciel, przyjaciółka, partner, partnerka czy dziecko, i mów do niego. Mów do tej jednej osoby, która zawsze Cię wysłucha i będzie dla Ciebie życzliwa. Od razu zrobi Ci się lżej na duszy i na języku.

- **Obawiam się wystąpień publicznych** – możesz odczuwać tremę, ale pamiętaj, że nie występujesz na żywo. Zawsze możesz zatrzymać nagranie, coś wyciąć albo powiedzieć inaczej. Daj sobie czas na oswojenie się z mikrofonem, przygotuj kilka odcinków na zapas i dopiero potem zaplanuj premierę swojego podcastu.
- **Boję się krytyki i negatywnych komentarzy** – na każdym etapie budowania marki osobistej, zwłaszcza w sieci, musisz liczyć się z tym, że nie wszystkim musi podobać się to, co robisz. Opinia odbiorców jest jednak ważna, ponieważ pokazuje, czego faktycznie potrzebują, co im się podoba, a co wywołuje skrajne emocje. Oczywiście nie mówię tu o hejcie, którego w ogóle nie należy brać do serca, ale o konstruktywnej krytyce. Podejdź do niej racjonalnie, z dystansem. Oceń, czy zgadzasz się z daną opinią oraz jaki ma ona wpływ na Twój wizerunek.
- **Nie będę miał czasu na regularne nagrania** – jeżeli dobrze rozplanujesz swój harmonogram, przygotowanie miesięcznego materiału zajmie Ci jeden dzień. A jeżeli zamierzasz korzystać ze wsparcia – zaledwie kilka godzin. Nagranie czterech odcinków trwa tyle, ile dwa wypadki na zakupy albo wieczór przy ulubionym serialu na *Netflixie*. W jednym z rozdziałów porozmawiamy też o tym, jak maksymalnie skrócić i zoptymalizować Twoje działania.
- **Nie wiem, o czym opowiadać** – za każdą firmą, za każdym biznesem kryje się jakaś historia. Szereg wydarzeń czy decyzji, które sprawiły, że robisz to, co robisz. Twoja marka ma swoje cele, misje i wartości, ponieważ to Ty za nią stoisz. I właśnie o tym warto opowiadać. Pozwól, że zaproponuję Ci pewne ćwiczenie. Weź kartkę i długopis i wypisz 10 tematów, o których chciałbyś opowiedzieć. Do każdego z nich dopisz po 5 punktów czy myślników. Stwórz *storyboard*, czyli ogólny zarys Twojego podcastu, mapę myśli, a nawet arkusz w Excelu. Zapisz je na kartce i miej przed oczami. Wówczas przekonasz się, jak wiele masz innego do przekazania.
- **Nie mam nic ciekawego do powiedzenia** – zastanów się, po co ludzie słuchają podcastów. Statystyki pokazują, że chcą wiedzieć więcej na dany temat lub chcą poznać bliżej osobę, która go prowadzi. Słuchacze chcą Ciebie – pragną usłyszeć Twoją historię i dowiedzieć się, jaki jesteś. Mów do nich, szczerze i od serca, a Twoje opowieści nigdy się nie znudzą.
- **Boję się wyśmiania** – wypisz swoje największe obawy na kartce i przyznaj się sam przed sobą, że je masz. Być może boisz się opinii konkurencji lub krytyki bliskich. Nazwij swój strach. Zaakceptuj go. A potem zacznij działać pomimo niego. Motywuj się tym, co możesz zyskać. Nie skupiaj się na tym, co Cię hamuje, lecz na tym, jakie korzyści da Ci własny podcast. O tym porozmawiamy szerzej w pierwszym rozdziale.

A może masz wątpliwości, czy w ogóle jest sens nagrywać?

W końcu na rynku są setki najróżniejszych podcastów (biznesowych i nie tylko), czy warto zatem tworzyć kolejny? Czy znajdziesz swoje audytorium? Czy zainteresujesz słuchaczy na tyle, żeby zostali z Tobą na dłużej? I czy w ogóle będziesz miał o czym opowiadać?

Pozwól, że Ci pomogę: odpowiedź na każde z tych pytań brzmi: „Tak”.

Zastanawiasz się, dlaczego ktoś miałby słuchać właśnie Ciebie?

To łatwe:

Tak, to prawda, w sieci jest mnóstwo podcastów, ale nie ma ani jednego o Twojej marce. Nikt nie zna Twojego biznesu tak jak Ty i nie opowie o nim z Twojej perspektywy. To Ty stoisz za sukcesem swojej marki. Twój głos, Twoje cele, misja i wartości mają znaczenie. I jeśli tylko chcesz i czujesz taką potrzebę, powinieneś podzielić się nimi ze światem. A podcast biznesowy stwarza Ci taką możliwość.

Przekonałam Cię, że nie taki diabeł straszny, jak go malują? Jeżeli obiekcje mamy już za sobą, przejdźmy do konkretów i złapmy tego podcastowego byka za rogi. Zwłaszcza że już tylko kilka kroków dzieli Cię od rozpoczęcia pracy nad wymarzoną audycją.

ZANIM ZACZNIESZ, OKREŚL, DO CZEGO JEST CI POTRZEBNY PODCAST – JAKIE JEST TWOJE „DLACZEGO”

Podcast może być potężnym narzędziem wspierającym komunikację Twojej marki w sieci, o ile wiesz, jak go wykorzystać. Skoro czytasz tę książkę, to zapewne pierwszą decyzję masz już za sobą: chcesz nagrywać (lub przynajmniej rozważasz stworzenie własnego podcastu).

Zanim jednak rzucisz się w wir pisania skryptów, doboru muzyki i kupowania kosztownego sprzętu, zastanów się, do czego podcast jest Ci w ogóle potrzebny? Myślę, że warto sięgnąć nieco głębiej i poszukać odpowiedzi na pytania:

- Dlaczego chcesz nagrać podcast?
- Dlaczego chcesz podzielić się swoją historią z innymi?
- Dlaczego właśnie Ty powinieneś ją opowiedzieć?

Każdy z nas może mieć inną motywację. Jedni cenią bliskie relacje ze słuchaczami, drudzy wolą widzieć wymierne efekty swojego podcastowania (najlepiej w statystykach lub na koncie), a jeszcze inni, tak jak ja, pragną dzielić się swoją wiedzą i wskazówkami z odbiorcami i – jakby nie było – potencjalnymi klientami.

Oczywiście tych „dlaczego” może być dużo więcej:

- Jesteś przedsiębiorcą, właścicielem biznesu i zamierzasz wykorzystać podcast, aby zdobyć nowych klientów.
- Chcesz zbudować wizerunek marki eksperckiej, specjalisty, który zna się na swoim fachu.
- Czujesz, że Twoją misją jest edukowanie osób z branży i pragniesz wspomóc innych swoją wiedzą i doświadczeniem.
- Szukasz narzędzia, które pomoże Ci odkryć potrzeby Twoich klientów i przetestować nowe rozwiązania.
- Chcesz skrócić dystans i stworzyć długofalową, niemal intymną więź ze słuchaczem, bo brakuje Ci bliższej relacji z Twoim odbiorcą, bo zwyczajnie po ludzku przeszkadza Ci, że Cię nie zna.
- Chcesz dotrzeć do nowych odbiorców, ale nie wiesz, jak podbić ich serca.

Jest z czego wybierać, prawda?

Kluczowy w tym wszystkim jest fakt, że to Ty podejmujesz decyzję i przejmujesz kontrolę nad swoim podcastem. To Ty musisz wiedzieć, do kogo, po co i o czym chcesz w nim mówić. Twoje „dlaczego” jest w tym momencie najważniejsze.

Jak określić swój cel?

Stwórz mapę myśli, konspekt albo przygotuj listę argumentów, które pomogą Ci znaleźć odpowiedzi na nurtujące Cię pytania i wątpliwości.

Zastanów się, czym jest dla Ciebie podcast i dlaczego chciałbyś go nagrywać? Co jest w nim wyjątkowego? Jaką misję chcesz realizować za pomocą tego narzędzia?

Podcast o Twojej marce pozwala zbliżyć się do słuchaczy i zaprezentować Twój biznes w atrakcyjny sposób. Format podcastu daje ogromne możliwości, żeby pokazać ludzką stronę Twojej działalności, podzielić się pasją i zaprezentować swoje doświadczenie.

Podcast pozwala innym poznać Twoją unikalną historię i zakochać się w tym, co robisz. Bo współczesnym odbiorcom nie wystarczy jednostkowy kontakt z firmą, produktem czy usługą. Klienci pragną poznać człowieka, który je tworzy. To Ciebie chcą usłyszeć.

Czy wiesz już, dlaczego warto nagrywać podcast i do czego jest Ci potrzebny? Gratulacje! Możemy zatem przejść do kolejnego punktu, czyli do tego, jakie treści chcesz przekazać swoim słuchaczom. I w jakiej formie.

USTAL, O CZYM I JAK BĘDZIESZ OPOWIADAĆ

Jeżeli wiesz już, dlaczego chcesz stworzyć własny podcast, warto na wstępie określić, o czym będziesz w nim opowiadać. Zadaj sobie pytanie:

O czym będzie mój podcast?

Oczywiście o Twojej marce lub Twoim biznesie. Ale to tylko ogólny temat. Decyzja o tym, co chcesz zaprezentować w podcaście tkwi o wiele głębiej – wynika z Twojej misji osobistej i zawodowej oraz z celów, jakie chcesz osiągnąć dzięki podcastowi. Ta decyzja to rdzeń podcastu, nieodłącznie związany z Twoim „dlaczego”.

Jak określić, o czym będziesz nagrywać podcast? Sięgnij jeszcze raz do swojej motywacji, a odpowiedź pojawi się sama. Gdybyś miał opisać swój podcast w kilku zdaniach, jak by one brzmiały? Pomyśl o swoim podcaście w szerszej perspektywie, ponownie zadaj sobie pytania:

- Jaka jest moja misja?
- Jakie są cele tego podcastu?
- Jakie informacje chcę w nim przekazywać?
- W jakiej formie chcę je zaprezentować słuchaczom?

Zastanów się, dlaczego chcesz nagrywać? Chcesz wnieść coś nowego do tematu, bo jesteś ekspertem w danej dziedzinie? A może chcesz dać przestrzeń swoim gościom do pokazania ich perspektywy? Albo pragniesz dostarczyć odbiorcom gotowe rozwiązania lub kilka punktów widzenia, żeby mogli samodzielnie podjąć decyzję, która perspektywa jest im najbliższa?

Jeszcze kilka decyzji, które powinieneś podjąć, zanim Twój podcast pojawi się w eterze:

- Jak ma wyglądać Twój podcast? Czy będą to wywiady, opowieść marki, FAQ czy może podcast edukacyjny?
- Kim jest Twój odbiorca? Do jakiego audytorium chcesz dotrzeć?
- Jak często chcesz wypuszczać kolejne odcinki?
- Czy będzie to seria odcinków na określony temat, podcast sezonowy czy regularny?
- Jak długie będą odcinki?
- W jaki sposób będziesz promować podcast – czy będzie to osobny kanał komunikacji, czy wpleciesz go w swoją dotychczasową strategię?
- Jak wykorzystasz zawarte w nim treści?

Są to pytania, na które musisz odpowiedzieć, zanim przejdziesz do etapu realizacji swojego podcastu. Opowiem Ci o nich bardziej szczegółowo już za chwilę.

PODSUMOWANIE

Zanim ochoczo przystąpisz do nagrywania swojego podcastu, musisz odpowiedzieć sobie na szereg pytań, które pomogą Ci określić:

- dlaczego chcesz nagrywać podcast,
- o czym będziesz w nim mówić,
- jaki jest cel i misja Twojego podcastu,
- do kogo będzie on skierowany,
- w jakiej formie będziesz go realizować.

Jeżeli wiesz już jak, po co i dlaczego chcesz nagrywać audycję o własnej marce, czas na następny krok. Najwyższa pora, żeby określić, do czego podcast jest Ci potrzebny i jak wykorzystać go w Twoim biznesie. Gotów do działania? To zaczynajmy!

Copyright © Agnieszka Papaj-Żołyńska

Wszelkie prawa zastrzeżone. Nieautoryzowane rozpowszechnianie całości lub fragmentu niniejszej publikacji jest zabronione i powoduje naruszenie praw autorskich. Autorka dołożyła wszelkich starań, by zawarte w tej książce informacje były kompletne i rzetelne, nie bierze jednak odpowiedzialności za szkody wynikłe z ich stosowania.

ZOSTAŃMY W KONTAKCIE!

Za nami pierwsza wspólna przygoda, ale mam nadzieję, że nie ostatnia. Dlatego serdecznie zapraszam Cię do moich miejsc w sieci, w których dzielę się wiedzą o podcastach, transkrypcji, tłumaczeniach literackich i pracy z językiem obcym.

Gdzie mnie znajdziesz?

Strona:

www.wingperson.pl

Facebook:

<https://www.facebook.com/wingpersonva>

Instagram:

<https://instagram.com/wing.person>

LinkedIn:

<https://www.linkedin.com/in/agnieszka-papaj-żołyńska-173274154/>

Podcast „Biznesowe Potyczki Językowe”:

<https://www.wingperson.pl/biznesowe-potyczki-jezykowe>

Podcast w języku rosyjskim „Skorogovorki v dushe”:

<https://wingperson.pl/podcast-skorogovorki-v-dushe/>

Grupa na Facebooku „Podcast w biznesie”:

<https://www.facebook.com/groups/340669021055217>

Kanał YouTube:

<https://www.youtube.com/channel/UC1S7XvhzH3DFjFCs2I1IAAQ>

A jeśli szukasz tłumacza języka rosyjskiego, copywritera lub wsparcia przy tworzeniu i promocji podcastów, śmiało napisz do mnie na adres:

kontakt@wingperson.pl

Do zobaczenia w sieci i... do usłyszenia :)