

Checkliste:

Tipps und Anregungen für einen gelungen B2B-PODCAST:

Ein guter Podcast sollte eine Reihe von Merkmalen und Qualitäten aufweisen, um Deine Zuhörerschaft zu gewinnen, zu unterhalten und langfristig zu binden.

Exklusiv für unsere TeilnehmerInnen haben wir einige hilfreiche Tipps zusammengestellt:

MASSNAHME	Info	AP
<p>1. Interessantes Thema: Der Podcast sollte ein Thema behandeln, das für die Zielgruppe relevant und interessant ist. Es sollte klar definiert sein und einen Mehrwert bieten, sei es Unterhaltung, Information, Bildung, Produkt- und/ oder Dienstleistungswissen, Inspiration, etc. Dein Anspruch ist Bleib authentisch und glaubhaft.</p>		
<p>2. Gute Audioqualität: Die Tonqualität ist entscheidend für ein angenehmes Hörerlebnis. Dein Podcast muss klar und verständlich sein, ohne störende Hintergrundgeräusche oder Verzerrungen. Ein hochwertiges Mikrofon und eine gute Aufnahmesoftware helfen, eine gute Audioqualität zu erreichen. Je professioneller der Anspruch ist, desto eher ist ein Studio zu empfehlen.</p>		
<p>3. Regieplan: Gut strukturierte Inhalte, Dauer und Abläufe. Ein Podcast sollte eine klare Struktur haben, damit Deine ZuhörerInnen dem Gespräch oder der Präsentation leicht folgen können. Eine Einführung am Anfang, Unterteilung in Abschnitte oder Segmente und eine Zusammenfassung oder Schlussfolgerung am Ende können helfen, den Inhalt übersichtlich zu präsentieren.</p>		
<p>4. Engagierte und authentische Moderation: Eine lebendige und engagierte Moderation ist ein wichtiger Bestandteil eines erfolgreichen Podcast. Der Moderator/ die Moderatorin sollte gut vorbereitet sein, den Gesprächsfluss steuern und interessante Fragen stellen können. Eine angenehme Stimme, eine gute Sprechweise und eine persönliche Note können ebenfalls dazu beitragen, die ZuhörerInnen zu begeistern.</p>		
<p>5. Abwechslungsreiche Inhalte und Formate: Biete eine Vielfalt an Inhalten und Formaten, um die Aufmerksamkeit Deiner Zuhörenden aufrechtzuerhalten. Dies können Interviews, Diskussionen, Geschichten, Expertentipps,</p>		

<p>Q&A-Sitzungen oder sogar Hörspiele umfassen. Die Variation der Inhalte sorgt für Abwechslung und verhindert, dass es eintönig wird. Wichtig: deine Inhalte müssen in die Beschreibung Deines Podcast, in die Shownotes usw.</p>		
<p>6. Konsistenz und Regelmäßigkeit: Veröffentliche regelmäßig neue Folgen, um die ZuhörerInnen bei Laune zu halten. Eine konsistente Veröffentlichungsplanung gibt den Zuhörenden eine gewisse Erwartung und ermöglicht es ihnen, dem Podcast zu folgen und zu abonnieren.</p>		
<p>7. Interaktion und Rückmeldungen: Es ist wichtig, den Zuhörenden die Möglichkeit zu geben, mit dem Podcast in Verbindung zu treten. Spotify bietet da verschiedene Möglichkeiten, bis hin zu Merchandising. Klassisch geht auch eine E-Mail-Adresse, Deine Social-Media-Präsenz oder eine Kommentarfunktion auf der Podcast-Hosting-Plattformen. Das Einbinden von Zuhörerfragen, Feedback oder Gästevorschlägen fördert die Interaktion und stärkt die Bindung zu Deiner Zielgruppe.</p>		
<p>8. Professionelle Produktion: Obwohl es nicht zwingend erforderlich ist, sollte ein B2B-Podcast eine gewisse Professionalität in Bezug auf Schnitt, Soundeffekte und Musik haben. Eine sorgfältige Bearbeitung und Produktion verbessern den Gesamteindruck Deines Podcast. Letztendlich hängt die Qualität eines Podcast auch von den individuellen Vorlieben und Bedürfnissen der ZuhörerInnen ab. Je professioneller Dein Anspruch ist, kannst Du Deinen Podcast auch extern produzieren lassen.</p>		
<p>9. Vermarktung des Podcast: Deine Reichweite Vergrößern geht mit vielen Maßnahmen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - die Folgen teilen auf den eigenen Social-Media-Kanälen, - den Abonnenten Mehrwerte bieten, - Downloads belohnen, - zu Bewertungen und Rezensionen ermutigen - Umfragen der Zielgruppe entsprechend stellen, - Partner mit ins Boot nehmen, - eigene KollegInnen teilen und kommentieren die jeweilige Folge, - im Firmen-Newsletter auf die aktuelle Folge hinweisen, - Zuhörerschaft aktiv einbinden und z.B.: fragen welche Themen fehlen, - Gastredner einladen und sie/er teilt auch die Folge, - Werbung schalten, - Vorträge/ Webinare usw. nutzen und auf den Podcast hinweisen, 		

<ul style="list-style-type: none"> - Landingpage mit z.B.: - Auf der Unternehmenswebseite/ Blog eine Rubrik für den Podcast schaffen, uvm. 		
<p>10. ROI des Podcast: Die Messung der Reichweite Deines Podcast kann eine Herausforderung darstellen, da es kein einheitliches und allumfassendes Maß dafür gibt. Es gibt jedoch verschiedene Methoden, die verwendet werden können, um die Reichweite eines Podcast zu bewerten.</p> <p>Hier sind einige gängige Ansätze:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Anzahl der Downloads, - Anzahl der Abonnenten, - Zuhörerfeedback, - Interaktionen, - Nutzen von z.B.: Codes, Gewinnspiels und anderen Aktionen, - Social-Media Engagement, - Klicks auf die Unternehmenswebseite/ Blog, - Umfragen und Marktforschung nutzen, - die Statistiken der Podcast-Hosting-Plattformen nutzen, - eigene Kennzahlen, usw. <p>Merke: Hast Du einen gelungenen Podcast, so zahlt dieser stark auf Deine Marke/ Brand ein. Bekannterweise ist das wie mit vielen anderen Marketing-Maßnahmen, organische Reichweite lässt sich nicht wirklich „zählen“ oder „nachweisen“.</p>		

Viel Erfolg beim eigenen Podcast!

P.S.: Wir unterstützen Dich, bei der Produktion Deines eigenen Podcast. Nimm mit uns unverbindlich Kontakt auf unter E: info@escolar.de oder T: 06151 1542486

P.S.S.: Hier kannst Du in unseren Podcast Reinhören:
<https://spotifyanchor-web.app.link/e/ofJYRzY8Mzb>

Diese Checkliste ist nur für interne Zwecke erstellt worden von Spomenka Kolar-Zovko <https://escolar.de/messegenie/>