

VOORWOORD

'We gaan het gewoon doen.' Ergens rond kerst 2019 besloten collega-marketeer Michiel Brand en ik de *SEO Podcast* te beginnen. Inmiddels zijn we tientallen afleveringen en vele ervaringen verder.

Toen we begonnen, was podcasting nog niet zo populair. Dat was ons geluk en lange tijd promootten we ons als de enige Nederlandstalige podcast over SEO. Tegenwoordig zijn er minstens tien.

De eerste afleveringen van de podcast namen we op met een hoop enthousiasme, een matige microfoon en weinig verstand van zaken. Dat kon de pret echter niet drukken en langzaam maar zeker werden we steeds beter.

Terugkijkend valt er veel aan te merken op onze eerste stappen in de podcastwereld. Feitelijk deden we maar wat, en daar betaalden we het nodige leergeld voor. Met de aanschaf van dit boek hoeft jij dat niet te doen.

Podcasting liet me nooit meer los en ik begon meer podcasts. Over copywriting, muziek produceren en podcasting zelf. Je beluistert ze via profipodcast.nl. Tijdens mijn reis leerde ik snel bij en mijn beste tips, inzichten en ervaringen deel ik in dit boek.

Wil je zelf ervaren waarom podcasting zo leuk is? Ga dan nu aan de slag met het plannen, produceren en promoten van je eigen show. Het is makkelijker dan je denkt en met de juiste aanpak slaag je gegarandeerd. Ontdek het zelf en maak fans van je luisteraars.

Veel plezier en succes,
Rutger Steenbergen
SEO Zwolle / Profipodcast.nl

WAT IS PODCASTING?

Dit boek gaat over podcasting, maar wat is een podcast nu precies? Wikipedia omschrijft het als volgt: 'Een podcast is een audio-uitzending waarbij het geluidsbestand op aanvraag wordt aangeboden door middel van webfeeds. Dankzij de introductie van draagbare mp3-spelers zoals de iPod was deze vorm van uitzenden snel populair onder radioamateurs. De term podcast is dan ook een samentrekking van iPod en *broadcast* (Engels voor "uitzenden").'

Uit deze omschrijving kun je al veel informatie halen. Allereerst noemt Wikipedia een podcast een audio-uitzending, en geen radio-uitzending. Dit is een interessant verschil. Een radio-uitzending maak je traditioneel voor veel luisteraars die op hetzelfde moment afstemmen. Een podcast maak je voor individuen die luisteren als zij dat willen. Je kunt het daardoor intiemer maken en de luisteraar direct aanspreken.

De audio-uitzending uit de definitie is niets anders dan een audiobestand, zoals een wav-file of een mp3. Die upload je naar een podcasthoster, die het verder verspreidt op internet. Mensen kunnen de podcast vervolgens beluisteren in hun favoriete app of via een website. Een laatste punt dat opvalt, is de opmerking over mp3-spelers zoals de iPod. De eerste iPod kwam namelijk uit in 2001 en technisch is podcasting al mogelijk sinds 1997. Net als bij vloggen liet de grote doorbraak echter lang op zich wachten.

Bron: nl.wikipedia.org/wiki/Podcast

GEEF JE PODCAST EEN PLEK IN JE CONTENTSTRATEGIE

Een podcast kun je om verschillende redenen beginnen. Dit boek gaat uit van een zakelijk doel, zoals je naamsbekendheid vergroten of meer klanten krijgen. Daarin slaag je sneller als je podcasting integreert in een contentstrategie.

Over contentmarketing zijn boeken vol geschreven, zoals *Het wat en hoe van contentstrategie* van John Verhoeven. Heb je (nog) geen contentstrategie, beantwoord dan deze vragen.

- Wat is de komende twaalf maanden belangrijk voor jouw bedrijf of organisatie?
- Welke concrete doelen kun je daaraan koppelen?
- Van welk soort klanten heb je er meer nodig om die doelen te behalen?
- Wat willen die klanten?

- Welke producten of diensten passen daarbij?
- Welke inspirerende verhalen kun je vertellen over die producten of diensten?

Heb je de antwoorden genoteerd? Dan heb je een sterke basis voor je eigen strategie. Kijk daarna pas naar middelen die je wilt inzetten, zoals sociale media, video, nieuwsbrieven en – uiteraard – podcasting.

Elk medium heeft zijn eigen sterke en zwakke punten. Dit is mede afhankelijk van de boodschap die je wilt uitdragen. De ene keer is tekst beter, dan weer video of audio. Denk hier vooraf goed over na voor je je enthousiast op podcasting stort. En steek je tijd vooral in wat werkt voor de mensen die je wilt bereiken. Je doet het in de eerste plaats voor hen.



Doen. Er zit een groot verschil tussen weten en doen. Pak daarom pen, papier en je telefoon en zoek een rustig plekje op. Zet de stopwatch van je telefoon op tien minuten en noteer de antwoorden op de vragen.

Doe dit eventueel als collega's onafhankelijk van elkaar en bespreek daarna jullie bevindingen. Denken jullie er hetzelfde over en inspireer je elkaar?



Opmerking. Een doel van een podcast kan meer verkopen zijn, maar dat hoeft natuurlijk niet. Zo kan een wethouder via een podcast gemeentelijk beleid uitleggen en een bibliothecaris kan boekentips delen. Zorg wel dat er altijd een doel is, hoe klein ook. Want zonder doel schiet je nooit raak.

VOORDELEN VAN PODCASTING

Podcasting kost veel tijd en is best spannend als je net begint. Weet je nog niet zeker of je wilt gaan podcasten? Laat je dan overtuigen door deze voordelen.

De term podcasting bestaat al sinds 2004. Toch duurde het lang voordat podcasting definitief doorbrak.

De populariteit van podcasts groeit de laatste jaren spectaculair. Inmiddels luisteren zo'n 6,3 miljoen Nederlanders van zestien jaar en ouder wel eens naar een podcast. Studenten gaan met 73 procent aan kop, zo blijkt uit de jaarlijkse Podcast Monitor van onderzoeksbureau Markteffect. Volgens de onderzoekers is de piek van het aantal luisteraars nog niet bereikt en moeten makers door het groeiende aanbod steeds beter hun best doen om gevonden te worden.¹

1 markteffect.nl/nieuws/4/markteffect-podcast-monitor-resultaten-van-de-vijfde-editie.

Waarom zou je een podcast beginnen?

Voor de populariteit van podcasting zijn verschillende verklaringen. Dit zijn de belangrijkste:

- Steeds meer mensen hebben altijd en overal toegang tot snel internet: in de trein, in de supermarkt en al joggend in de sportschool; je kunt dus overal naar podcasts luisteren.
- Voor een maker is een podcast ideaal om mensen te bereiken en in beweging te krijgen. Met een goedkope microfoon en een laptop kun je al beginnen.
- Nog een voordeel voor makers is dat je makkelijk gasten krijgt. Sprekers hebben geen make-up nodig en je kunt een podcast ook online opnemen. Je hoeft dus niet fysiek af te spreken.
- Heb je als bedrijf of organisatie een goed verhaal, dan kun je dat via een podcast laagdrempelig uitdragen. Je deelt waardevolle inzichten met de wereld en dat leidt tot volgers.

- Een ander voordeel van podcasting is bereik. Je hoeft geïnteresseerden niet persoonlijk te bezoeken en te overtuigen. Dat doen luisteraars zelf op het moment dat zij eraan toe zijn, simpelweg door naar je verhaal te luisteren.
- Net als bloggen kenmerkt podcasten zich door ‘verkopen zonder te verkopen’. Mensen doen het liefst zaken met experts die ze vertrouwen. Via een podcast profileer jij je als expert.
- Verder is een podcast persoonlijk en soms zelfs intiem. Luisteraars horen je stem, ontdekken je persoonlijkheid en gaan met je meevoelen. Dat verlaagt de drempel om contact op te nemen aanzienlijk.
- Tot slot is een podcast maken gewoon heel erg leuk. Interview je anderen over hun passie, dan steek je daar altijd wat van op. En reacties en complimentjes kleuren je dag. Hoe klein misschien ook, je maakt een verschil.



Doen. Schrijf in vijf minuten zo veel mogelijk redenen op waarom je een podcast wilt beginnen of bent begonnen. Alles mag en niets is verkeerd. Twijfel je later over doorgaan? Kijk dan naar dit lijstje en realiseer je weer waar je het voor doet.

Houd ook een dankbaarheidslijst bij voor je podcast, bijvoorbeeld in een Google Document. Krijg je een compliment via de mail of sociale media, plak het er dan in. Noteer daarnaast hoogtepunten, zoals het voeren van een inspirerend gesprek. De lijst doorlezen zorgt direct voor nieuwe energie.



Luistertip. Nora En Pure is een Zwitserse dj en deep-house-producer. Elke week deelt ze in haar podcast *Purified* de beste nieuwe nummers in een sprankelende mix. Ook kunnen luisteraars een favoriete track voordragen en bedankt ze concertbezoekers. Dit doet ze al jaren en het maakte haar tot een internationale ster. Zie noraenpure.com/purified.

WAT KOST EEN PODCAST MAKEN?

Voor je enthousiast aan podcasts begint, is het verstandig om naar de kosten te kijken. Hoe duur een podcast wordt, hangt vooral af van je ambities.

Een podcast kun je op verschillende manieren maken: onderuitgezakt op de bank met een goedkope USB-microfoon maar ook in een dure opnamestudio met een ervaren geluidstechnicus. Wat bepaalt de prijs?

Tijd is geld, of het nu jouw tijd of die van een externe adviseur is. Hoe langer je bezig bent met de **voorbereiding** van een podcast, hoe duurder hij wordt.

Een tweede aspect is de **frequentie** van podcasts. Hoe vaak wil je afleveringen delen en hoeveel tijd en geld gaan er naar de productie?

Dan is er nog de **opnametijd**. Gewoon praten in een microfoon is de makkelijkste manier om een podcast op

Een podcast is een van de leukste en persoonlijkste manieren om jezelf online te profileren. Maar bij het starten en succesvol maken van een podcast komt meer kijken dan je denkt. Wat dat allemaal is, ontdek je in dit handige boek.

Rutger Steenberghe had als muzikant en online marketeer al veel ervaring met publiceren, maar podcasting was iets nieuws. Inmiddels is hij een ervaren podcastmaker, die zijn ervaringen, successen en misers graag met je deelt.

Weinig tijd, maar veel ambities? Informeer jezelf snel en grondig met de boeken in de serie Digitale trends en tools in 60 minuten.

