

## Kunden gewinnen mit einem Unternehmenspodcast – So geht's

### Unsere Tipps für euren Podcast:

Podcasts sind im Trend – das belegt auch eine aktuelle Studie von ARD und ZDF. So hören rund 10 Prozent der Deutschen mindestens einmal wöchentlich einen Podcast. Die Themen dabei sind so vielfältig wie deren Hörer. Podcasts dienen jedoch nicht nur zur Unterhaltung, sondern vor allem auch zum Informieren. Daher ist sind Podcasts auch für Unternehmen sehr interessant.



### Podcast-Hörer sind Ihre potenziellen Kunden

Mit Podcasts können Unternehmen ihre Zielgruppe in allen möglichen Lebenslagen erreichen. Denn sie sind überall verfügbar. Die Hörer benötigen lediglich ein Smartphone oder PC. Auch die Aufmerksamkeit

beim Hören ist im Vergleich zu anderen Medien deutlich höher. So hören laut der Studie mehr als die Hälfte der Nutzer Podcasts bewusst ohne weitere Ablenkung. Die Loyalität der Hörer ist zudem sehr groß. Ist ein Podcast gut gemacht und überzeugt die Zielgruppe, wird er auch regelmäßig gehört.

Gebt eurem Unternehmen eine Stimme. Denn Podcasts haben zahlreiche Vorteile (LINK Vorteile von Unternehmenspodcasts).

## Podcast gestalten und erstellen

Mikro an und schon geht es los. So einfach ist es dann doch nicht, denn die Rahmenbedingungen müssen stimmen. Wenn ihr folgende Fragen mit „Ja“ beantwortet könnt, seid ihr auf dem besten Weg einen erfolgreichen Unternehmenspodcast zu erstellen:

- Habe ich ausreichend Themen, bei denen ich mit meinem Expertenwissen punkten kann und die meine potenziellen Kunden interessieren?
- Habe ich die personellen Kapazitäten?
- Habe ich das technische Equipment und Verständnis?
- Habe ich die Grundlagen (Webseite, Blog, Social-Media-Kanäle usw.), um meinen Podcast zu positionieren?
- Habe ich keine Scheu und bringe genügend Geduld mit?

Alle oder zumindest die meisten Fragen mit „Ja“ beantwortet? Dann kann es nun los gehen!

## 1. Schritt – Thema finden und Gesprächs-Strategie erstellen

Zunächst einmal heißt es in sich gehen und überlegen bei welchen Themen kann mein Unternehmen mit Expertenwissen punkten. Und bietet dieses Wissen einen Mehrwert für meine Hörer.

Ist euch das klar, beginnt ihr mit der Recherche und Strategieerstellung. Das heißt, bereitet eure Themen zielgruppengerecht auf oder sucht euch passende Interview-Partner. Diese können beispielsweise Kunden, Kollegen oder unabhängige Experten sein. Wichtig ist hier natürlich, dass diese ihr Wissen verständlich vermitteln können und ihr nicht als Alleinunterhalter vor dem Mikro sitzt.

Empfehlenswert ist ein Skript, um eure Hörer mit einem roten Faden durch euren Podcast zu führen. Hier kommt es darauf an, welcher Typ ihr seid – manchen reichen Stichpunkte, andere mögen es lieber



ausformuliert.

Egal für welche Methode ihr euch entscheidet – ihr solltet bei der Aufnahme authentisch wirken und euer Text darf nicht abgelesen klingen.

Habt ihr einen Interview-Partner, ist es vorteilhaft alle Fragen vorab gemeinsam durchzusprechen. So wird euer Gegenüber nicht nur sicherer, sondern manchmal ergeben sich dadurch auch wichtige Zwischenfragen.

**Kleiner Tipp:** Haltet euch nicht allzu sehr an eurem Skript fest, sondern achtet vor allem auf euren Gesprächspartner und lasst so wirklich eine Unterhaltung entstehen.



## 2. Schritt – Umsetzung planen

Ein Podcast darf keine Eintagsfliege sein, sondern muss regelmäßig gepflegt werden. Das heißt, macht euch am besten einen Jahresplan mit Aufnahme- und Veröffentlichungsterminen. Ob ihr wöchentlich oder monatlich podcastet kommt natürlich ganz darauf an, wie eure Kapazitäten aussehen. Die Themen hingegen sollten euch nicht ausgehen, beziehungsweise sich im Laufe der Zeit einfach weiterentwickeln.

Was die Länge eines Podcast angeht, gibt es verschiedene Meinungen. Entscheidend ist hier das Hörverhalten eurer Nutzer und die Themenauswahl. Überlegt euch also vorab, wen ihr mit dem Podcast erreichen wollt.

Außerdem ist es empfehlenswert einfach mal verschiedene Längen auszuprobieren und dann zu sehen wie eure Hörer darauf reagieren.

**Kleiner Tipp:** Wichtig ist es schnell zum Punkt zu kommen und auf verständliche Weise Wissen zu vermitteln. Also gestaltet euren Podcast lieber kürzer, aber dafür effizient. Langes Rumreden lässt die Hörer schneller abspringen, denn schließlich erwarten sie sich einen Mehrwert von euch.

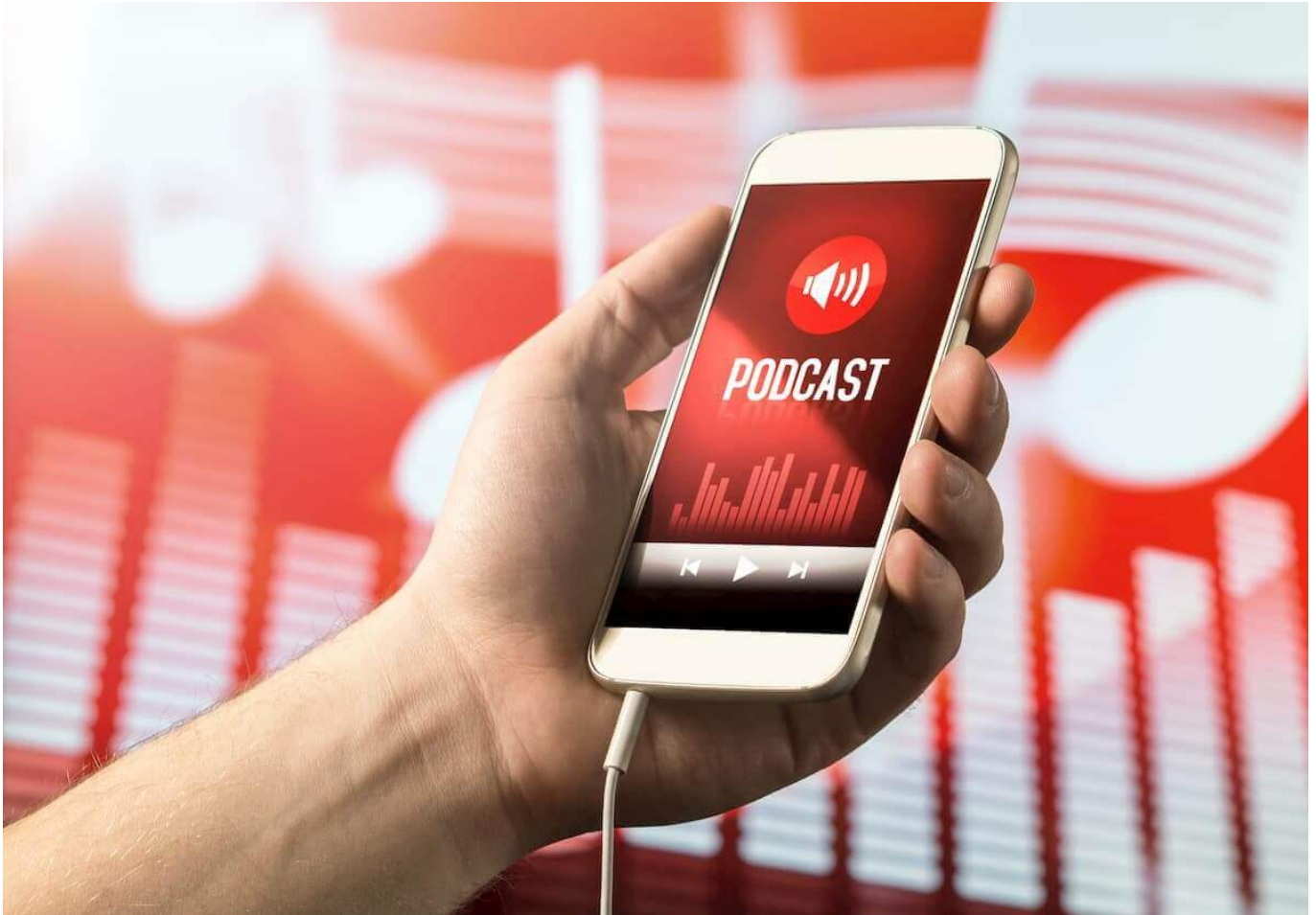
### 3. Schritt – Technische Ausstattung und Know-How

Hightech muss nicht sein. Für den Anfang reicht sogar ein Mikrofon für euer Handy. Entscheidend bei der Aufnahme ist eher eine ruhige und möglichst schallfreie Umgebung. Kleine, eingerichtete Räume eignen sich hier besonders gut.

Bei Interviews ist es jedoch empfehlenswert sich ein weiteres Mikrofon oder ein Aufnahmegerät anzuschaffen. Natürlich gibt es hier noch oben keine Grenzen und ein voll ausgestattetes Tonstudio wäre selbstverständlich der Ferrari unter den Podcastern.

Ist die Aufnahme im Kasten geht es an den Schnitt. Denn eine Nachbearbeitung ist wichtig. So schafft ihr nicht nur Wiedererkennungswert durch Jingles, Hooks, Musikbetten oder In- und Outros, sondern könnt kleine Versprecher ganz leicht ausmerzen.

Schnitt-Programme gibt es sowohl als Freeware als auch kostenpflichtig. Alle Programme sind ähnlich aufgebaut, jedoch in den Bearbeitungsmöglichkeiten verschieden. Hier solltet ihr danach gehen, mit welchem Programm ihr euch persönlich am besten zurechtfindet und welchen Anspruch ihr an eurem Podcast habt.



**Kleiner Tipp:** Zum Nachbearbeiten gehört es nicht nur Versprecher oder irrelevante Inhalte rauszuschneiden, sondern eben auch die Lautstärke anzupassen und Hintergrundgeräusche zu reduzieren. Mit etwas Übung lässt sich das direkt im Schnitt-Programm machen oder es gibt mittlerweile auch zahlreiche Online-Services, die den Feinschliff übernehmen.

#### 4. Schritt – Podcast verbreiten

Euer Podcast ist fertig, doch nun muss er noch zugänglich für eure Hörer gemacht werden. Hier gibt es

unterschiedliche Möglichkeiten.

Für das Hosting stehen euch verschiedene Anbieter zur Verfügung. Dazu zählen SoundCloud, Podlove, iTunes und mittlerweile auch Spotify. Bei eurer Auswahl kommt es auf eure Anforderungen und finanziellen Möglichkeiten an.

Neben dem Hosting auf den diversen Plattformen solltet ihr euren Podcast auch auf eurem Blog, eurer Webseite oder euren Social-Media-Kanälen, insofern vorhanden, veröffentlichen.

Für alle Kanäle empfiehlt es sich sogenannte Shownotes zu erstellen. Dazu gehört ein aussagekräftiger Titel, eine kurze Zusammenfassung der Inhalte, relevante Links für weitere Informationen, wiedererkennbare Grafiken für die einzelnen Plattformen und ein kurzer Aufruf für Feedback. Denn so erfahrt ihr mehr über eure Hörer und könnt zukünftige Themen entwickeln.

**Kleiner Tipp:** Auch wenn Podcasts ein Audio-Format sind, empfiehlt es sich dazu auch ein Video zu erstellen und beispielsweise auf YouTube zu verbreiten. Arbeitet hier dann zusätzlich mit Untertiteln.

## 5. Schritt – Dranbleiben



Ist euer Podcast veröffentlicht, heißt es nun geduldig sein und Durchhaltevermögen beweisen. Die wenigsten Podcasts gehen von null auf 100.

Hört auf das Feedback eurer Nutzer, setzt es um und werdet von Podcast zu Podcast besser.



**Kleiner Tipp:** Bezieht eure Freunde, Kunden und vor allem die Interviewpartner mit ein. Oder werdet selber Gast in einem Podcast und macht Werbung für euren eigenen.

Folgt auch unseren Podcasts auf unserem Blog, bei YouTube und iTunes. Wir wünschen euch viel Spaß beim Reinhören und freuen uns über euer Feedback.

Titelbild © spaxiax – stock.adobe.com

Beitragsbild © maicasaa – stock.adobe.com

Beitragsbild © terovesalainen – stock.adobe.com

Beitragsbild © magele-picture – stock.adobe.com