



Podcasting

Diseño, producción, distribución
y amplificación de podcasts corporativos

Zubia[®]

“

When done right, podcasts are an incredible tool for establishing long-term engagement with customers, surfacing the personalities within a business, and building a bond of trust through analysis, insight, and storytelling.

”

Jesse Noyes
Harvard Business Review

¿Qué es un podcast?

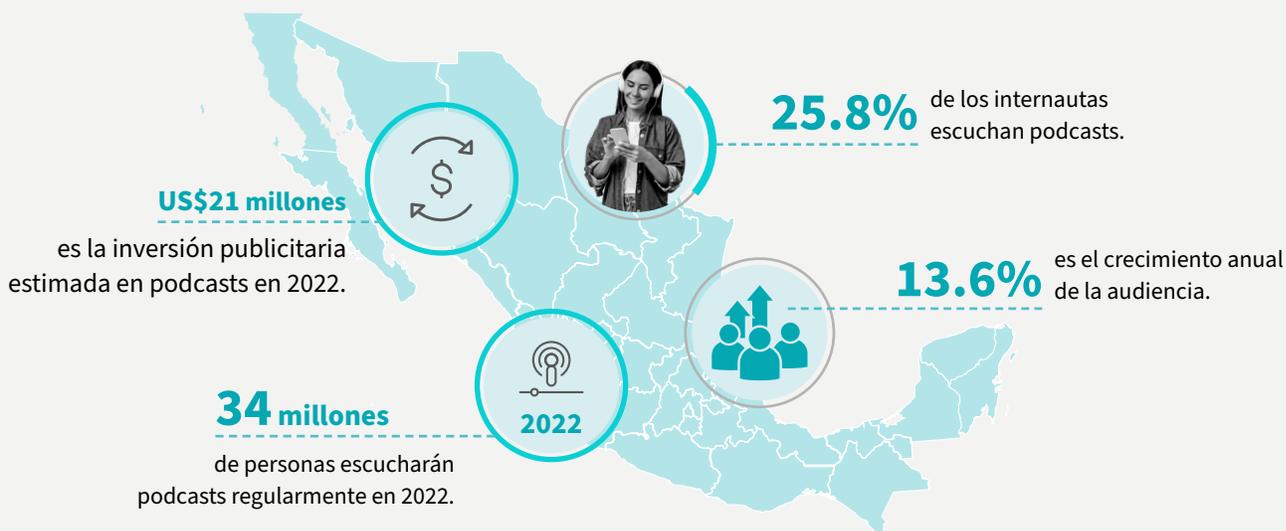
El podcast puede verse simplemente como un programa de audio similar a los de la radio pero con la libertad de escucharlo bajo demanda. En realidad es algo más: se trata de un nuevo medio que utiliza tecnología de distribución de vanguardia y que como producto cultural integra no solo radio sino teatro, periodismo, enfoque empresarial, artes y cultura de internet, además de marketing. Es una alternativa sólida frente a la lectura de artículos de blog y la visualización de videos.

El podcast es producido por personas, empresas y organizaciones en todo el mundo y con una amplia variedad de estilos y formatos, aptos para distintos fines.



Para tomar en cuenta

En México:



Beneficios para la organización

El podcasting desarrollado de manera estratégica puede convertirse en una plataforma de contenidos para la empresa que vincula y da consistencia al resto del ecosistema de comunicación, es decir, a las redes sociales, campañas de email, generación de demanda, newsletters entre otros.

El podcast es especialmente efectivo para:

- ✓ Incrementar el reconocimiento de marca.
- ✓ Aumentar el grado de autoridad de la empresa en la materia entre el público objetivo.
- ✓ Generar comunidad en torno a los temas de interés.
- ✓ Estimular a las audiencias para que consideren a la empresa como potencial socio de negocios.
- ✓ Reforzar las campañas de generación de demanda.



Elementos para la creación del podcast

Diseño

La primera etapa para lanzar un podcast es el diseño conceptual, es decir, se deben establecer bases sólidas que guíen la iniciativa a lo largo del tiempo. Los aspectos más importantes a considerar en el diseño son:

- ✓ Determinar el propósito del podcast y su vinculación con los objetivos de negocio.

- ✓ Definir el tema central y los temas complementarios que serán abordados en el programa, cuanto más específico mejor.

- ✓ Nombrar al podcast y darle una imagen e identidad propia de manera que sea fácilmente identificable y recordado por la audiencia.

- ✓ Definir el estilo de comunicación, los formatos, longitud de los episodios y frecuencia de publicación.

- ✓ Diseñar la primera temporada, definir el número y tema de los episodios y capítulos.

- ✓ Crear los elementos de audio que acompañarán al podcast a lo largo de las temporadas, es decir, cortinillas de entrada y salida, cortinillas para dividir los capítulos, etc.



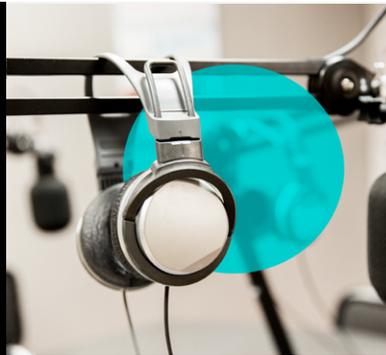
Producción

La producción de un episodio de podcast consiste en los siguientes pasos:

1. Diseño del episodio y sus secciones.



2. Elaboración de guiones, obtención (en su caso) de elementos de audio de otras fuentes, definición (en su caso) de efectos especiales, etc.



3. Convocatoria a los participantes.



4. Grabación del episodio.



5. Postproducción. En esta etapa se añaden cortinillas, efectos especiales y se optimiza el programa para los diversos canales de distribución.

6. Creación del teaser del episodio.

7. Desarrollo de artes y materiales complementarios para su distribución.



7. Desarrollo de artes y materiales complementarios para su distribución.

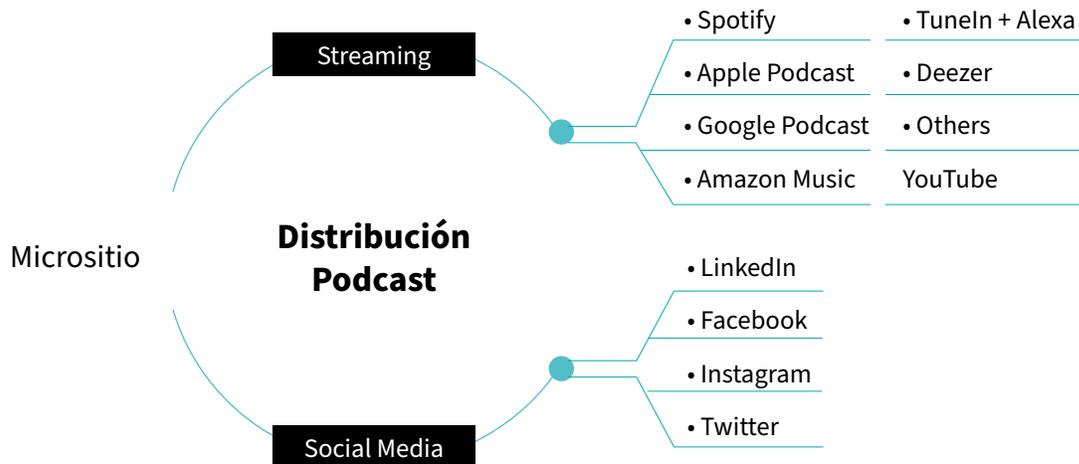


Distribución

El elemento central en la estrategia de distribución es un espacio exclusivo dentro sitio web corporativo o bien un micrositio especializado. El sitio recibe tráfico de diversas fuentes, es permanentemente optimizado para buscadores (SEO) y funge como el acervo histórico de las temporadas y episodios, y contribuye con los programas de generación de demanda facilitando las conversiones al desplegar llamados a la acción (CTA 's) y formularios que respaldan otras campañas.

Además del sitio, las redes sociales son un medio muy eficaz para acercar el podcast a las audiencias tanto de manera orgánica como pagada.

Finalmente, las plataformas de streaming son el medio más popular a través del cual los contenidos son escuchados por las audiencias.



Para tomar en cuenta, a julio de 2022:

■ **Apple Podcasts** ocupa el puesto número uno en distribución con el **37,6%** de todos los escuchas de podcasts y **40.483.807** descargas de episodios.

■ **Spotify** ocupa actualmente la segunda posición global con el **28,2%** de los usuarios de podcasts y **30.355.959** descargas.



Amplificación

Diseñar, producir y distribuir un podcast son tres de las cuatro variables que determinan el éxito de un programa de esta naturaleza. El cuarto aspecto se refiere a la efectividad para alcanzar a las audiencias, es decir, llegar a aquellos para quienes se ha creado el podcast.

En ese sentido se debe diseñar un plan de amplificación acorde con los propios objetivos del podcast y su función dentro de la estrategia de posicionamiento y generación de demanda de la empresa.

La amplificación del podcast se da en dos líneas de acción:

- ✓ **Posicionamiento permanente del podcast.** El fin de esta línea de acción es asegurar el tráfico permanente al sitio web y el consumo de los episodios previamente publicados así como al incremento permanente de suscriptores.
- ✓ **Lanzamiento de temporadas y publicación de episodios individuales.** Esta línea tiene la finalidad de lograr el mayor número de descargas posibles de cada episodio a lo largo de las temporadas.



Inversión

Como ya se vio, el desarrollo de un podcast implica como primer paso el diseño del programa y la definición de variables como frecuencia de publicación y duración de los episodios. Además se requiere establecer la infraestructura necesaria para distribuir y amplificar el contenido, y finalmente el presupuesto para producir cada episodio.

Por lo anterior se deberá considerar una inversión en cuatro rubros:



Diseño del podcast y su plan de distribución y amplificación.



Desarrollo de la infraestructura para distribución y amplificación.



Producción de episodios.



Pauta publicitaria.

Nuestros consultores pueden ayudarte a establecer un programa y presupuesto ad hoc para alcanzar los objetivos que persigue la organización con este tipo de iniciativas.



zubia.com.mx
+52 55 4738 4112
info@zubia.com.mx