

Temps de lecture : 4''

Par Anne-Laure JOUBAIRE

**Si le podcast est un média relativement facile d'accès, tous les podcasteurs en herbe ne réussiront pas pour autant à sortir leur épingle du jeu. Pour se distinguer, il convient en effet de suivre une stratégie multifacettes.**

## DÉFINIR SES OBJECTIFS ET SON ENGAGEMENT

[Produire un podcast](#) juste pour suivre la tendance est une stratégie vouée à l'échec. Ce médium nécessite en effet un engagement solide et sur le long terme de la part de son ou ses auteurs. Certains podcasts sont lancés à grand renfort de publicité puis s'arrêtent au bout de quelques épisodes. Comme pour toute création de produit, le **positionnement, les cibles et la stratégie de communication** doivent être pensés en amont.

- Quels sont les **objectifs** recherchés ? Se faire connaître ? Améliorer l'image d'un métier méconnu ? Mettre en avant des projets inspirants ?
- Combien de **temps** suis-je prêt à consacrer à ce projet ?
- Est-ce un projet **personnel** ou cela s'intègre-t-il dans une stratégie d'entreprise ?
- Suis-je seul ou avec des co-hôtes ?
- **Qui peut m'aider** à le monter ? (coach vocal, experts en communication, ...)
- Qui sont les **auditeurs** que je veux toucher ? (profession, âge...)
- Quelle est la **niche** sur laquelle je veux me spécialiser ? Le choix se portera idéalement sur un **sujet « maîtrisé, intrigant et qui vous passionne » (Eleonore Bridge)**. « Personnellement, ce qui m'intéresse le plus quand je m'abonne à un podcast c'est qu'il me fasse **découvrir ou approfondir un sujet très ciblé** »
- Y a-t-il des **concurrents** sur cette niche ? Si oui, qu'ont-ils de particulier ? Que pourrais-je apporter pour me démarquer sur ce segment ?

## TROUVER SON FORMAT

En fonction des réponses apportées aux questions précédentes, vous pourrez déterminer le format de votre podcast c'est à dire :

- Sa **durée**. Il est conseillé de rester en dessous de 30 minutes.
- Son **déroulement**. S'agira-t-il de monologues, d'interviews, de débats contradictoires ? Les monologues fonctionnent sur des formats très courts (3-6 min) tandis que le format à plusieurs est préférable pour des durées plus longues.
- Sa **fréquence**. Afin de fidéliser vos auditeurs, nous vous conseillons d'opter pour une diffusion hebdomadaire sur un jour fixe.

## TRAVAILLER LA QUALITÉ

La qualité des émissions de radio et podcasts diffusés actuellement a augmenté le standard attendu par les auditeurs. Même en ne possédant aucun savoir dans le domaine, il est possible de **parfaire assez facilement le rendu** en :

- Choissant son **matériel** (micro, enregistreur, casque, table de mixage) avec soin
- Trouvant un **lieu** d'enregistrement calme
- Habillant son enregistrement avec une **musique** d'introduction et de fin
- Travaillant sa **voix**, son articulation et son débit avec des professionnels
- Se familiarisant avec les logiciels de **montage** (Audacity, Reaper) pour pouvoir couper les bégaiements et bruits parasites

En plus d'une qualité de son irréprochable, il est crucial de proposer un contenu unique et interactif. Pour cela, il convient de :

- **Planifier les thèmes** évoqués sur plusieurs mois
- **Faire jouer son réseau** pour inviter des intervenants connus dans le milieu
- Réfléchir sur la stratégie à mettre en place pour **attirer des interlocuteurs** hors réseau vers votre podcast
- **Inclure des extraits** musicaux / d'interviews / des anecdotes pour renforcer l'attractivité de sujets parfois arides
- **Parler librement**, sans l'aide de supports pré-écrits.

## METTRE EN LIGNE SON PODCAST

Une fois vos premiers épisodes enregistrés et montés, vient l'étape de l'**hébergement**. Il est essentiel de faire héberger les épisodes afin de créer un flux RSS qui soit ensuite téléchargeable sur les **plateformes agrégatrices** que sont Itunes, Snitcher ou Soundcloud. En fonction de l'hébergeur choisi, vous pourrez aussi **analyser vos flux de données** ce qui peut être utile pour réorienter sa stratégie.

Comme pour n'importe quel produit, le nom du podcast revêt une importance cruciale. **Trouver un nom** qui attire, reflète votre identité, tout en étant clair sur le contenu peut parfois être un processus fastidieux.

Lors de la mise en ligne de l'épisode, vous devrez choisir son **titre**, ses **mots clés** ainsi que sa **description**. Cette étape ne doit pas être prise à la légère puisqu'elle **orientera les résultats** des recherches des auditeurs.

Un titre précis, en forme de question, humoristique voire intrigant (ex de [Besoin de rien, envie de droit](#): « Peut-on manger son chat ? » « Peut-on appeler son fils Gandalf ? ») et une description détaillée seront aussi plus à même d'attirer des auditeurs que « Nommer son enfant ».

Par ailleurs, la jaquette du podcast sera aussi un élément clé de votre succès. En effet, les plateformes mettent uniquement en avant les podcasts ayant des « **couvertures** » **graphiques et illustrés**.

## SOIGNER SON LANCEMENT

Le lancement d'un podcast est toujours un moment délicat à aborder car il peut être difficile de se faire connaître. Nous vous recommandons donc de travailler particulièrement ce moment en :

- Informant vos clients du lancement par une **newsletter spéciale**
- Créant un **onglet sur votre site ou une page web dédiée** avec éventuellement un « teaser » (vidéo, compte à rebours) suscitant la curiosité voire le buzz.
- Prévoir une campagne sur les **réseaux sociaux**
- Préparer et **diffuser 3 épisodes minimum** pour susciter l'envie
- **Informers les médias** spécialisés ainsi que [Podcastore](#), un podcast dédié aux podcasts

## ETENDRE SON AUDIENCE

Le succès d'un podcast dépend en partie des commentaires et avis laissés par ses auditeurs sur les plateformes Itunes, SoundCloud et Snitcher. En effet **un podcast bien noté et avec beaucoup de commentaires aura plus de chances d'être mis en avant par les plateformes** et d'apparaître dans les suggestions de podcast similaires.

Plusieurs techniques peuvent être utilisées pour obtenir ces précieux avis :

- Faire un appel à l'action au début et/ou la fin de chaque épisode en demandant à vos auditeurs de commenter et noter votre podcast ; de le partager sur les réseaux sociaux
- Promettre une récompense à l'auteur d'un commentaire tiré au hasard

- Citer les commentaires et remercier leurs auteurs dans le prochain épisode
- S'engager à traiter un sujet demandé par vos auditeurs dans les commentaires
- Contacter les producteurs de podcast liés à votre niche : beaucoup d'auditeurs découvrent en effet un podcast via d'autres
- Mettre en ligne les épisodes sur Youtube

Certains épisodes seront plus écoutés et partagés que d'autres. Afin d'identifier la recette gagnante, il est important d'**analyser les raisons de ce succès et de l'échec** relatif d'autres épisodes. Est-ce une question de titre, de description, d'invités, de contenus ?

Publier sur votre site ou newsletter un sondage sur le podcast peut vous permettre aussi d'obtenir des retours intéressants.

A bientôt derrière les micros !