

CRÉER UN PODCAST | COURS 5 :

Diffuser et communiquer

Il est temps de se jeter à l'eau et de promouvoir son bébé

*Comment diffuser son podcast fini ? Comment, quand et où parler de son podcast ?
Engager sa communauté, kezako ?*

Le podcast est prêt à être mis en ligne

→ Choisir une plateforme pour l'héberger : Vous créez un compte (mail, nom du podcast, vignette, description, catégorie) puis vous uploadez votre fichier mp3. Pour chaque épisode, il faut rédiger une description. Vous avez aussi la possibilité de mettre une vignette différente/personnalisée à chaque fois.

Publiez l'épisode ou programmez-le. Un lien d'écoute se crée, il permet à ceux qui ne sont pas sur Deezer, Spotify, Apple podcast et autres d'écouter votre podcast !

- **Anchor** (racheté par Spotify, c'est gratuit, et facile d'utilisation)
- **Acast** (première régie 100% podcasts créée en Europe, propose une formule basique gratuite, les autres offres vont de 14,99€ à 29,99€ /mois)
- **Ausha** (hébergeur français, 14 jours d'essai, offre à partir de 11€/mois)

→ Le diffuser sur des plateformes (agrégateurs et diffuseurs) grâce au flux RSS (Si vous êtes sur Anchor ca sera fait automatiquement normalement):

- **Agrégateurs les plus utilisés** : Castbox, Podcast Addict, Google podcasts, Pocket Casts
- **Diffuseurs les plus connus** : Spotify, Apple Podcasts, Deezer
Les petits nouveaux : Tumult (permet d'interagir pendant un épisode), Eeko podcast

Promouvoir son podcast

→ Utiliser les réseaux sociaux : Instagram, Twitter, Facebook, LinkedIn, Snapchat, Tiktok, en fonction du profil de vos auditeurs...

Il faut penser cohérence : dans le visuel, dans le contenu, la récurrence des posts...

- + avoir un mini site qui regroupe plusieurs liens est très utile pour mettre par exemple dans les bio insta ou twitter. Il y a le fameux Linktree, moi j'utilise Snipfeed qui est davantage personnalisable.

→ Faire un communiqué de presse à envoyer à des médias/journalistes susceptibles d'être intéressé.e.s par votre podcast (vous devez savoir, en tant que journalistes, comment le rendre accrocheur/attractif, efficace).

Notre ami Canva que j'ai déjà mentionné est toujours utile pour cet exercice.

Le CP doit contenir des liens pour aller écouter directement votre podcast, mais aussi la date de sortie, le pitch, un petit portrait de vous...

→ Solliciter son réseau (le bouche à oreille y'a que ça de vrai !)

Son entourage déjà : famille, amis... notamment pour glaner des avis sur Apple Podcasts ou pour partager des épisodes sur les réseaux sociaux.

Mais également s'appuyer sur la communauté de podcasteurs. Il y a des groupes Facebook comme par exemple Les podcasteuses, Podcasteo, Podcast France, L'académie du podcast, etc.

Rappel : nous sommes des allié.e.s et non des concurrent.e.s. Deux podcasts qui s'adressent à un même public / parlent du même sujet, peuvent mutuellement se recommander. En introduction d'un épisode par exemple, vous pouvez dire dans votre voix "je voulais vous parler de tel podcast..." en faisant attention à ce que les messages ne tombent pas le même jour sinon ca fera trop pub et le message pourrait être décrédibilisé.

→ Compter sur la notoriété de certains invités (quand votre format le permet)

En invitant des célébrités ou des gens qui ont plus de personnes qui les suivent, cela peut booster votre audience, vos abonné.e.s sur les réseaux sociaux également.

→ Recycler le contenu de votre podcast pour en faire des articles de blog, ou des posts instagram.

Cela apporte un petit +, aide au référencement google mais aussi, évite d'avoir que des publications "promotion". Si vous vous contentez de communiquer sur la sortie de vos épisodes ce n'est pas vraiment intéressant car les gens ont les notifications pour ça s'ils sont abonnés. Mieux vaut apporter, en plus de ces posts promo, du contenu supplémentaire. Des citations, des données chiffrées, des "le saviez-vous" etc.

→ Participer à des événements avec des acteurs du milieu : le Paris podcast festival, le salon de la radio, le Podcast day... (Le 30 septembre, c'est la journée internationale dédiée au podcast)

→ Participer à des concours : le prix Italia, le prix Phonurgia et le prix Europa récompensent fictions et documentaires. Le concours Arte radio organisé chaque été challenge les participants sur un podcast de 3' avec un thème imposé.

Je vous transmets également les notes que j'ai prises d'une masterclass avec Anne-Claire Lecat qui a bossé dans le marketing. C'est très intéressant et permet de réfléchir au rôle de notre podcast, à ce que l'on souhaite véhiculer comme message(s)...