

چگونه پک پادکست تبلیغاتی خوب بسازیم؟



3

پادکست چیست و به چه علت جذاب است؟

سادکست تبلیغات، حسست؟

ویژگی های یک پادکست تبلیغاتی خوب

چرا ساخت پادکست تبلیغاتی برای رونق کسب و کارها همیت دارد؟

برای تولید پادکست های تبلیغاتی جذاب، چه کارها را باید انجام داد؟

የመተዳደሪያ የሚከተሉትን አገልግሎቶች

Digitized by srujanika@gmail.com

شوندگان پادکست تبلیغاتی

نبیغاتی داشته باشیم؟



به دلیل نیاز است که ما پادکست تبلیغاتی بسازیم؟ ساخت پادکست تبلیغاتی برای چه کسب و کارهای مناسب است؟ در دنیای کسب و کار امروز که رقابت برای بدست آوردن مشتری به اوج خود رسیده است، انواع گوناگون روش‌های بازاریابی به کار گرفته می‌شوند. از بازاریابی تجربی گرفته تا بازاریابی حسی و ... که برای بهبود هر چه بیشتر کسب و کارها توسعه مدیران بازاریاب و صاحبان تحارت‌های مختلف مورد استفاده قرار می‌گیرند.

در بازاریابی حسی حواس پنج گانه مشتری‌های هدف به صورت ویژه‌ای مورد توجه قرار می‌گیرند. یکی از این حواس پنج گانه، حس شنوایی است که اگر برای درگیر کردن آن برنامه‌ی دقیق داشته باشیم، می‌توانیم از آن بهترین بهره را ببریم. تولید پادکست تبلیغاتی یکی از بهترین شیوه‌ها برای جلب نظر مشتری از طریق حس شنوایی است. در این مقاله قصد داریم شما را با زیبایی مختلف پادکست تبلیغاتی (Advertising podcast) آشنایی کرده و نکات مهمی که در

پادکست حیست و به چه علت چذاب است؟

پادکست در واقع سلسه فایل های صوتی پی در پی بیامون موضوعات مخصوص و پیوسته است که مخاطبان می توانند به صورت اشتراکی یا رایگان آنها را گوش کنند. البته گاهی تعریف های اشتباهی هم درباره پادکست ارائه می شود، مانند اینکه برخی به اشتباه هرگونه فایل صوتی را پادکست محسوب می کنند. شما از طریق تولید پادکست می توانید راهنمایی کسب کنید، در واقع کسب درآمد از پادکست امروزه بسیار پرطرفدار شده است و برای این کار کافیست تا تنظیم به اصول آن آگاه باشید.

سیسا، معم، که باید به آن، باسخ داد اب است که از حذایت بادکست حیست؟ دلما، گمناگم، وجود دارد که در ساما، هاء، اختر بادکست طغیان نماید،

وچهارمین بخش این مقاله درباره تأثیرات انتخابات بر رفتارهای خریداران می‌باشد. این بخش شامل بررسی تأثیرات انتخابات بر رفتارهای خریداران، تأثیرات انتخابات بر رفتارهای خریداران و تأثیرات انتخابات بر رفتارهای خریداران می‌باشد.

موضوع دیگر که باعث ایجاد جذبیت برای پادکست نزد مخاطبانش می‌شود این است که در هر زمان و مکانی می‌توانند پادکست مورد علاقه خود را بشنوند. بنابراین انتخاب یک موسیقی متن و زمینه جذاب در کنار محتوای منحصر به فرد و یک روایت قدرمند، جذبیت پادکست را در چندان خواهد کرد.

این موضوع را هم باید اذعان کرد؛ نیو محتوا حس و حالی را به مخاطب منتقل می‌کند که سپس جذب و هیجان انگیز است.

یادکست تبلیغاتی چیست؟

تو پرسیج دادن پاکست تبلیغاتی کار سختی نیست. بزین ساده اگر بخواهیم توضیح دهیم باید بگوییم که با اهداف تجاری و تبلیغاتی ساخته می‌شوند، پاکست تبلیغاتی هستند. در این‌گونه از پاکست‌ها به صورت‌های گوناگون برندها و نام‌های تجاری تبلیغ می‌شوند. در بیشتر موارد، اجرای‌گرندۀ پاکست با یک من تبلیغی مثلاً ۶۰ ثانیه‌ای در ابتدای میانه پاکست خود، به نام تجاری برند مورد نظر اشاره می‌کند. پاکست تبلیغاتی شامل اطلاعاتی درباره محصول و خدماتی است که به مشتریان ارائه می‌شود با همکاری تولیدکننده پاکست از محصول مورد نظر می‌باشد.

ویژگی های یک یادکست تبلیغاتی خوب چیست؟

حالا که با تعریف پادکست تبلیغاتی آشنا شدیم، نوبت به آن رسیده تا به این موضوع هم پردازیم که بک پادکست تبلیغاتی خوب چه ویژگی هایی باید داشته باشد، در ادامه به برخی این ویژگی ها بصورت معمولی آشنا خواهیم کرد:

- محتوای پادکست‌های تبلیغاتی باید ساده، روان و صادقانه باشد.
 - به تجربه ثابت شده است که هرچه محتوای پادکست تبلیغاتی، صمیمانه‌تر باشد، موثرتر خواهد بود.
 - پادکست‌های تبلیغاتی باید حاوی اطلاعات کامل و جامعی از محصول یا بزند مورد نظر باشند.
 - یکی از مهم‌ترین نکات در ساخت پادکست‌های تبلیغاتی، باورنگیر بودن آن‌ها است.
 - در ساخت پادکست‌های تبلیغاتی باید ذوق هنری و خلاقیت را جاذبیت کار کرد.
 - محتوا را خوبی تجاری و تبلیغاتی نکنید. اگر چه محتوابی که تهیه می‌کنید پک پادکست تبلیغاتی است اما لازم نیست از اول تا آخر محتوا، راجع به محصول یا خدماتی که ارائه می‌دهید صحبت کنید. به طور کلی، تبلیغاتی موثر است که غیر مستقیم باشد و خوبی نزگ و بوي تجاری نداشته باشد.
 - بخش پرسش و پاسخ بگذرد. شما می‌توانید در انتهای پادکست از مخاطبین دعوت کنید نظرات، پیشنهادات و انتقادات خود را برایتان بنویسند و درباره موضوع، که مطرح شده، مشارکت کرده و نظر بدھند.

حرا ساخت یادکست تبلیغاتی برای رونق کسب و کارها اهمیت دارد؟

همان طور که تا اینجای مقاله متوجه شده اید، پادکست ها جذابیت و مزایای قابل توجهی دارند و صرفاً برای سرگرمی تولید نمی شوند. به همین دلیل پسکسپ و کارها نیزه خوبی می توانند این ظرفیت استفاده کرده و از مزایای تولید پادکست های تبلیغاتی برای رونق تجارت خود استفاده نمایند. در ادامه این قسمت به بحث باز آمد اما، فرمیت ساخت پادکست تبلیغاتی، همچنان که در معرفت پادکست های تبلیغاتی مذکور شد، متأخراً می تواند باشد.

۳. آسان و ازان بودن فرایند تولید پادکست‌های تبلیغاتی: برخلاف تولید محتواهای ویدیویی که تا رسیدن به خروجی نهایی نیاز به زمان و هزینه بالای خواهیم داشت، برای تولید پادکست یک نفر به تنها ی هم قادر خواهد بود که پادکست جاذب و زیبا تولید کند. البته که ناگفته بپیدا است برای حرفة‌ای‌تر شدن، کار مـ تهابیم بصیرت تـم، کار کنیـم اما دـ مجموعه بـد اذـعـان، کـد کـه فـرـایـند تـولـید پـادـکـست رـاحتـ و اـهـانـ است.

۲. **حجیم نبودن فایلها:** با توجه به سرعت اینترنت‌های موجود مسلم‌آمده زیادی از کاربران نمی‌خواهند ویدیوهای پر حجم را دانلود کنند؛ بنابراین بهتر است که ما همان محتوای مورد نیاز آن‌ها را از طریق تولید پادکست که حجم کمتری دارد، تأمین کنیم. به همین دلیل پادکست می‌تواند یکی از بهترین حارچگیری‌ها باشد. البته نباید از آنها برای این‌کار محدود باشیم، ممکن است در آینده نیز این فایل‌ها را برای دانلود در اختیار کاربران قرار دهیم.

۳. دسترسی راحت و آسان: اشاره کردیم که شنوندگان یادکشت هر زمان و هر جایی که بخواهند خیلی ساده می‌توانند به قابل مورد نظرشان دسترسی داشته باز، آگوش کنند.

۴. تأییدگزاری بیشتر: پادکست‌ها با توجه به حس و حالی که دارند و از طاطی که با مخاطب برقرار می‌کنند، می‌توانند خیلی موثر باشند. بنابراین می‌توانیم به عنوان سبک جدیدی از ابزارهای محتوایی روی آن حساب و بزیادی باز کنیم.

۵. افزایش آگاهی و شناخت از برنده مورد نظر هر چه پادکست جذاب‌تر تولید شده باشد مخاطب بیشتری پیدا خواهد کرد. در نتیجه افراد بیشتری با نام برنده

۶. دست به دست سدن و پحس سریع پادسته‌ها: بر اساس امارهای رسمی و غیر رسمی، میزان محبوبیت پادسته‌ها بصورت هرایده‌ای رو به افزایش می‌رود و بسیار سریع بین مخاطبان دست به دست می‌شوند. طبق آمارهای جدید در کشور آمریکا تقریباً از هر ۵ نفر افراد علاقمند و دنبال کننده حرفه‌ای باکست محسوب می‌شوند.

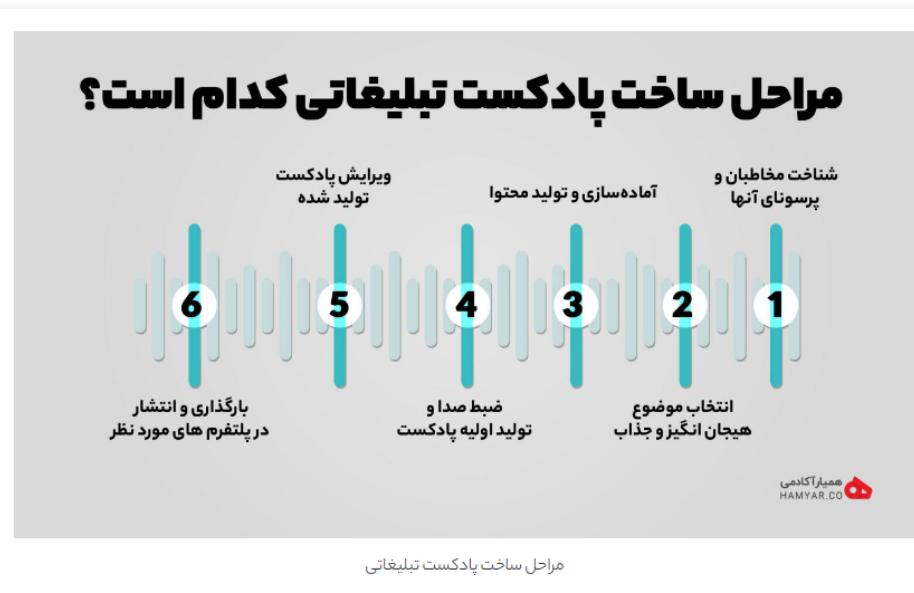
۷. پوشش موضوعات گسترشده توسط پادکست‌ها: از آن جایی که معمولاً دست تولیدکنندگان پادکست در انتخاب موضوع باز است، آن‌ها می‌توانند طیف وسیعی از موضوعات را پوشش داده و سلیقه قشر عظیمی از جامعه را تأمین کنند که این مطلب می‌تواند باعث موفقیت بزرگی برای شناساندن بردگاه تجارتی محسوب شود.

برای تولید پادکست های تبلیغاتی حذاب، چه نکاتی را باید رعایت کرد؟

ب- آنها ایشان خواهیم کرد:

- انتخاب موضوع مناسب فوق العاده مهم است. تا جايي که امكان دارد سراغ موضوعات جذاب و منحصر به فرد برويد که كمتر به آنها پرداخته شده باشد.
 - پرسونا (شخصيت) مخاطبان هدف را حتما در نظر داشته باشيد تا پاکست تبلیغاتی تولید نمایيد. به طور حتم شما برای پاکست هایتان نياز به شنووندگان داريد پس به سليقه و شخصيت آنها اهميت بدهيد.
 - اگر گاهي ميزبان مهمانان برجسته و شناخته شده باشيد، در بيشتر شنیده شدن پاکست های توليدی بسيار موثر خواهد بود.
 - از شنوندگان و مخاطبان خود بخواهيد تا پاکست توليد شده شما را با ديجارگان به اشتراک بگذارند. هر چه بيشتر شنیده شويد و مخاطبان بيشتر داشته باشيد، مي توانيد روی موضوعات جذاب تر که نيار مخاطبان باشد تمرين کنيد.
 - سرگرم كننده بودن پاکست مهم است. بسياري از افراد حتی آن هايي که به صورت حرفة اي پاکست گوش مي كنند، علاقه دارند که سرگرم شوند. بنابراین هر اوقات که فقط يك متن خطی را رو خوانی نكنيد بلکه جنبه های سرگرم كننده بودن آن را حتما مورد توجه قرار دهيد.
 - شاید نياز باشيد که تاكيد زيد نباشند چون بسيار واضح است که اگر مي خواهيد پاکست تان بيشتر و بهتر شنیده شود، باید از عنوانين جذاب، کلمات کليدي و توضيحات کافي استفاده نمایيد.
 - غني کردن پاکست با اطلاعات بيشتر و پرداخت به جزئيات اهميت فراوانی خواهد داشت.
 - فن بيان و سخنوری يك مهارت محسوب مي شود. چه بخواهيد پاکست توليد کنيد و چه از انجام اين کار منصرف شويد، فن بيان به كارزان خواهد كم و از شما انسان موفق تر در جامعه و در ازيجابات روزمنه خواهد ساخت. پيشنهاد مكيم دست کم چند مقاله اي کاريبردي در زمينه هاي فن بيان و سخنوری شركت نمایيد.

مراحل ساخت پادکست تبلیغاتی کدام است؟



برای شروع هرکاری داشتن آگاهی لازم در آن زمینه شرط اصلی و اساسی است. بنابراین اگر قصد داشته باشیم که پادکست تبلیغاتی خود را بسازیم و آن را در

شناخت مخاطبان و پرسنای آن‌ها

خسین مرحله برای ساخت پادکست تبلیغاتی این است که مخاطبان هدف و پرسوناگ آنها را به دقت شناسایی کرده و در نظر داشته باشیم که قرار است برای چه افرادی پادکست تبلیغاتی تولید کنیم. آگاه بودن از سلیقه و نیاز مخاطبان باعث می‌شود تا محتوای را در اختیارشان قرار دهیم که لازم دارد و ساختارشان را بمرور می‌کنند.

انتخاب موضوع هیجان انگیز و چذاب

موضعی که در نظر می‌گیریم باشد تا بتوانیم نظر مخاطبان مورد نظرمان را جلب کنیم، از سوی دیگر موضوع انتخاب داشته باشید که مخاطب را تا انتهای، همان قسمت با حتی قسمت‌های بعدی خود همراه کند.

آماده سازی و تولید محتوا

بعد از شناخت مخاطبان و انتخاب موضوع، در گام سوم باید به جمع‌آوری اطلاعات لازم و تولید محتوای مناسب که در اصل همان متن پادکست است، پی‌پردازیم. سعی کنید از تمام جواب‌ها بحث تولید محتوا توجه چرا که هر محتوایی با هر ساختاری نمی‌تواند برای مخاطب جذاب باشد. همه‌چنین به هنگام آن‌داده‌سازی، محتوا را بحث روان بودن، ساده‌گویی و داشتن صفات توجه داشته باشید.

ضبط صدا و تولید اولیه سادگست

در این مرحله با استفاده از تجهیزاتی که در اختیار داریم، متن محتوای آماده شده را خوانده و آن را ضبط می‌کنیم، قبل از ضبط صدا تمام شرایط لازم را آماده نماییم.

۱۰۷

برای اینکه پادکست تولید شده جذابتر شود، باید قسمت‌های مشکل دار یا اضایفی که کیفیت کار لطمہ می‌زند را حذف نماییم. بعد از آن به کمک

سازمان اسناد و کتابخانه ملی

در آخرین مرحله از طریق پلتفرم‌های گوناگون ایرانی و خارجی می‌توانیم پادکست تولید شده خود را بارگذاری کرده و سیس منشیر نماییم. انتشار پادکست

Saint Paul's Church

ما به ابزار و تجهیزاتی برای تولید و ساخت پادکست‌های تبلیغاتی نیاز داریم. تجهیزاتی از قبیل میکروفون، پایه میکروفون و ... برای تولید پادکست تبلیغاتی از جمله ابزارهایی هستند که در اینجا معرفی شدند. داشتن ابزار و تجهیزات خوبیه هنگام ضبط یکی از موارد موثر برای تولید یک پادکست

કાંઈ કાંઈ

حالات‌ها و فرمتهای گوناگونی برای ساخت پادکست‌های تبلیغاتی، موجود است. بعضی از آن‌ها نکنفره و برخی دیگر توسط یک میزان یا مجری به

روش‌های اندازه‌گیری میزان بازخورد شنوندگان پادکست تبلیغاتی



اگرچه روش‌های گوناگونی برای اندازه‌گیری میزان بازخورد شنوندگان پادکست‌های تبلیغاتی وجود دارد اما روش‌های قابل اعتماد زیر می‌توانند در بازگشت سرمایه در صورت استفاده از تبلیغات پادکست مؤثر باشند:

• **لینک‌های پیوندی:** یک لینک پیوند خاص که به تبلیغ‌کننده‌ها امکان می‌دهد تعداد بازدیدکنندگان یک پادکست را محاسبه نمایند.

• **نظرسنجی‌های تبلیغاتی:** این نظرسنجی‌ها شامل سوالاتی می‌شوند که حین انتخاب حامی مالی پادکست‌ها برگزیده شده و آگاهی عموم را نسبت به برندها، محصولات و خدمات شرکت اسپانسر افزایش می‌دهند. این نظرسنجی‌ها، همزمان میزان بازدیدکنندگان پادکست را نیز محاسبه می‌نمایند.

• **کدهای تبلیغاتی:** کلمه یا عبارت خاصی که برای ردیابی میزان فروش تبلیغات پادکست اعمال شده، شنوندگان را به یک صفحه پرداخت خاص منتقل می‌نماید. گاهی این کدها حاوی تخفیف‌های قابل توجه نیز هستند که بنا به صلاح‌دید اسپانسر صورت می‌پذیرد. از طریق این کدها می‌توان میزان فروش تبلیغات پادکست را ردیابی نمود.

این سه روش از محبوب‌ترین روش‌های اندازه‌گیری میزان بازخورد شنوندگان پادکست هستند که از طریق آن‌ها، بازیابان می‌توانند شیوه‌های اجتماعی را کنترل کرده و بر اساس میزان فروش، بازدید، بازخورد با اشتراک‌گذاری پادکست، مبالغ پرداختی را تعیین نمایند.

چگونه بهترین بهره وری را از پادکست‌های تبلیغاتی داشته باشیم؟

پادکست‌های تبلیغاتی، اگرچه یک تکنیک خاص و عالی برای کسب درآمد محسوب می‌شوند، به این سادگی‌ها به ثمره‌ی مدنظر نخواهند رسید؛ بنابراین اگر می‌خواهیم بیشترین سود را از این قبیل پادکست‌ها ببریم؛ باید نکات زیر را به یاد داشته باشیم:

• **عملکرد پادکست‌های تبلیغاتی را به مرور زمان آنالیز کنید.** تولید تنهای یک پادکست تبلیغاتی معجزه نخواهد کرد و بهره‌وری از تبلیغات پادکست می‌باشد که مرور زمان صورت بگیرد. تاثیر واقعی تبلیغات پادکست زمانی مشخص خواهد شد که به صورت پایدار ادامه داشته باشد. از یک تبلیغ در برنامه‌ی خاص (هر چقدر هم که بر زمانه مشهور و پرطرفدار باشد)، انتظار معجزه نداشته باشید.

• **به تولیدکنندگان حرفه‌ای پادکست اعتماد کرده و از توصیه‌های آن‌ها استفاده کنید.** اوین شرط یک رابطه‌ی تجاري، اعتماد دوطرفه است. البته این حقیقت، به آن معنا نیست که دست روی دست بگذارد، بازخورد برناهه را کنترل نکنید و همه پیزرا روی دوش میزان برنامه بگذارید. خیرا میزان برنامه بیشترین داشت و آگاهی را راجع به پادکست‌های خود دارد؛ بنابراین می‌تواند به شما مشورت‌های خوبی ارائه دهد. بهترین پادکست مناسب با زمینه‌ی فعالیت خود را انتخاب کنید. از تجایی که پادکست‌ها طبق وسیعی از علاقه‌مندان و مخاطبان را به خود جذب می‌کنند؛ باید پادکست‌هایی را هدف قرار

- بهترین زمان برای اعمال تبلیغات در پادکست، استفاده از تبلیغات میان نمایشی است. معمولاً اجرای پادکست‌های تبلیغاتی، قدرت بالایی در زمینه‌ی درگیر کردن شنونده با موضوع برنامه و استفاده از تکنیک‌های سخنوری حرفه‌ای دارد؛ بنابراین اواسط برنامه به دلیل درگیر شدن زیاد شنونده با موضوع پادکست و ذهن آماده‌ی او، بهترین زمان برای گنجاندن تبلیغات پادکست‌ها محسوب می‌شود. این کار ریسک جلو زدن پادکست توسعه شنونده‌گان را کاهش خواهد داد و درصد قابل توجه ارشوندگان به دلیل آمادگی ذهنی و درگیری افکارشان با موضوع پادکست، موضوع تبلیغات پادکست را نیز به خاطر خواهند سپرد.

پادکست تبلیغاتی روشنی جذاب برای کسب درآمد

تولید پادکست تبلیغاتی، یکی از راه‌های جذب مخاطب و کاربر در **دیجیتال مارکتینگ** به شمار می‌رود. با توجه به آن که گوشی‌های هوشمند بخش جدا ناشدنی زندگی مدرن امروز همه‌ی ما محسوب می‌شوند، شیوه‌های مختلف تبلیغات و بازاریابی در بستر اینترنت می‌تواند مخاطبان پیشتری را به کسب‌وکار موردنظر مجاہد نماید. یک حقیقت خوشحال‌کننده وجود دارد و آن حقیقت جذاب این است، کسانی که اهل گوش کردن به محتوای صوتی و انواع پادکست‌ها هستند، معمولاً جزو آن دسته از افراد محسوب می‌شوند که تمایل دارند از وقت خود به شکل بینه‌تری استفاده نمایند، بنابراین مخاطبان حرفه‌ای تر و جدی‌تری هستند. این مسئله دو مزیت به همراه دارد، هم شما را تغییب می‌کند در تولید محتوا حرفه‌ای تر عمل کنید و هم چنانچه بتوانید آن‌ها را به سمت کسب‌وکارتان جذب کنید، مشتری‌های وفادارتری به دست آورده باشید.



نظر شما درباره این مقاله چه بود؟ آیا تا به حال به ساخت پادکست فکر کرده‌اید؟ به نظر شما چرا ساخت پادکست‌های تبلیغاتی تا این حد مهم شده است؟ اگر شما هم تجربه‌ای در زمینه تولید پادکست تبلیغاتی دارید لطفاً پیشنهادات و نظرات خود را با ما و سایر همراهان همیار آکادمی به اشتراک بگذارید.

آیا این مقاله برای شما مفید بود؟

خیر تقریباً به

وهاب نادری



من مهندس معدن هستم و با اینکه پک طرح نیت شده در سازمان نخبگان دارم در حوزه آنی فعالیت می‌کنم و مدت‌ها مدیریت محتوا، تولید محتوا و سلو انجام داده‌ام.

دیدگاه‌تان را بنویسید

دیدگاه *

فرستادن دیدگاه

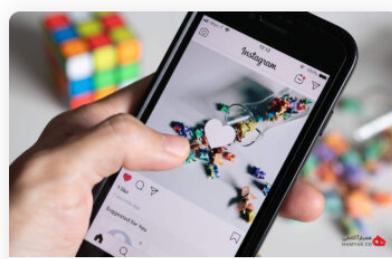
مقالات مرتبط



مقالات



مقالات



مقالات

هر آنچه باید در مورد آزمون راست و چپ مغزی
بدانید

انواع شغل های پردرآمد برای بانوان ایرانی

معرفی انواع روش های دانلود از اینستاگرام

دست اول باشید

با تکمیل فرم زیر، ضمن قرارگیری در گروه دست اول های همیار آکادمی جزو اولین
افرادی باشید که از نتایج تحقیقات و تصمیمات ما مطلع میشوند

عضویت

آدرس ایمیل

شماره موبایل

همیار آکادمی



یادگیری مهارت های جدید



مسئولیت اجتماعی خبری‌بین‌المللی شرایط و قوانین استاد همیار آکادمی لوگو ارتباط با ما درباره ما

آدرس: تهران، پاسداران، بلوستان ۲۰۳، خیابان گیلان غربی، بن بست مریم، بلاک ۲، طبقه اول، واحد
۰۳۱۷۴۵۴۵۰۰۰ شماره تماس: