

SeAMKin uudet podcast-sarjat kuuntelijoiden tarpeisiin

8.12.2023

SeAMK on kehittänyt podcast-sarjojaan palvellakseen entistä paremmin kuulijoitaan ja sidosryhmiään. SeAMKin eri podcastien kotipesä on Acast, josta on suora jako mm. Spotifyihin, joten kohderyhmät löytävät podcastit eri jakelukanavista.

> *Podcast – mahtava sisältömuoto, jota voi kuluttaa pitkillä automatkoilla, kävelylenkeillä, ruohoa ajaessa ja pyykkiä silittäessä. (Kortesuo, 2019.)*

Kortesuon (2019) lause kertoo moninaisista tavoista ja paikoista, joissa podcastia voidaan kuunnella ja hyödyntää. Podcastien etuna on se, että niitä kulutetaan paikoissa, joissa välttämättä mainokset eivät ole aktiivisesti silmän tai korvan ulottuvilla ja saatetaan keskittyä itselle tärkeisiin ja omavalintaisiin aiheisiin. Kohderyhmän huomioiminen on podcasteissa tärkeää.

JatkossaSeAMK Podcast -sarja rajataan SeAMKin tutkimus-, kehittämis- ja innovaatiotoimintaan liittyville podcasteille. Näin SeAMK podcastien kuulijoiden kohderyhmä on aiempaa tarkempi, jolloin podcastien sisällöllä voidaan vastata entistä paremmin kuulijoiden tarpeisiin ja toiveisiin.

Samalla, kun SeAMK Podcast on kohdennettu enemmän TKI-toimintaan, on **luotu uusi podcast-kanava** ”**SeAMK TALK**”. SeAMK TALK -podcastit sisältävät kokemuksia ja ajatuksia mm. opiskelusta, opiskelukaupunki Seinäjoesta, eri tutkinto-ohjelmista, opiskelijaelämästä tai avoimen AMKin tarjonnasta. SeAMK Talkissa voi olla myös lyhyitä henkilöhaastatteluita. Kummassakin sarjassa puhujat vaihtuvat mutta he voivat olla opiskelijoita, opiskelijakuntaa tai henkilökuntaa, lisäksi vierailijat ovat mahdollisia.

Kaksi eri podcast-sarjaa tuo selkeyttä kuulijalle

Kahden eri Podcast-sarjan eriyttämisen taustana ovat mm. podcastien määrällinen kasvu sekä odotettu kasvu. Podcastien eriyttäminen sisällöllisesti eri sarjoihin tarjoaa sidosryhmille mahdollisuuden seurata helpommin juuri heille kiinnostavaa sisältöä. Monialaisena ammattikorkeakouluna SeAMKin tuottama sisältö on hyvin monipuolista, joten yksittäisen podcastin on kiinnitettävä huomiota markkinointiin tavoittaakseen kuulijat.

Ensimmäinen SeAMK Podcast -sarja perustettiin noin vuosi sitten ja ensimmäinen podcastin jakso ilmestyi 9.9.2022. Podcast-jaksoja on julkaistu marraskuun puoliväliin 2023 mennessä yhteensä 33 kappaletta.

Podcasteja kuunnellaan eri aikoina ja usein eri asioita tehdessä, joten vaikuttavuus saattaa olla erilainen kuin perinteisemmällä medialla. Podcastit ovatkin hyvä lisä markkinoinnin työkaluihin, sillä niillä voidaan lisätä tavoittavuutta ja vaikuttavuutta sekä lisäksi podcastien tuottaminen on edullista. SeAMKissa on suuri kiinnostus podcasteihin ja yleisesti myös niiden määrä on lisääntynyt, joten odotamme myös SeAMKin podcastien määrän odotetaan kasvavan jatkossa. Ohjeistoihin ja tuotantoprosessiin on kiinnitetty huomiota.

Sosiaalisen median toiminta tukee podcastien markkinointia

Sekä SeAMK Podcast että nyt luotu SeAMK TALK ovat uusia sarjoja, joten niiden sekä yksittäisten jaksojen markkinointiin on kiinnitettävä huomiota. Podcastimme ovat tavoittaneet tässä vaiheessa kuuntelijoita melko tasaisia määriä, mutta määrää voidaan huomattavasti kasvattaa esimerkiksi sosiaalisen median kanavissa tehtävillä markkinointitoimenpiteillä. Kuuntelijoiden tavoittamiseksi on jatkossakin tehtävää.

Podcastit jaetaan Acastissa ja sen kautta mm. Spotifyssa. SeAMK nostaa podcast-sarjat myös verkkosivuilleen, jossa esimerkiksi kunkin jakson tekstivastineet ovat luettavissa. Podcastien markkinoinnissa sosiaalisen median kanavissa voidaan hyödyntää esimerkiksi video- tai still-kuvaa, johon on mahdollisesti yhdistetty lyhyt pätkä varsinaisen podcastin äänestä. Myös kuva ja tekstimuotoinen päivitys on mahdollinen.

Sosiaalinen media on yksi keino, josta kuulija voi siirtyä varsinaiseen podcastiin. Itse podcast kuunnellaan muualta kuin sosiaalisen median kanavista eli esimerkiksi Spotifyssa. Sosiaalista mediaa voidaan hyödyntää myös podcastin sisällön kehittämisessä, sillä kuulijoita voi aktivoida siellä esim. teema- tai kysymysehdotuksia esittämällä.

Kaikki viestii – asiantuntijat jakamaan

podcasteja

SeAMKin viestintästrategian yksi teema on ”kaikki viestii”. Podcasteissa tämä tulee ilmi mm. siten, että henkilöstömme voi paitsi itse tehdä podcasteja helposti, myös jakaa jo aiemmin tehtyjä.

Tunnettujen henkilöiden ja SeAMKin asiantuntijoiden jakamina podcastit leviävät eri sidosryhmille, joten podcastin julkaiseminen henkilön jakamana on vaikuttavampaa kuin organisaation tekemä päivitys ja siten hyödyttää viestin perille menoa. Mikäli Podcastin teossa pystytään hyödyntämään tunnettuja vieraita ja saamaan heidät myös jakamaan myös yhteistä sisältöä, voidaan tavoittaa suuremmat kuulijamäärät. Organisaation tekemänä päivityksen vaikutus on henkilön tekemää päivitystä heikompaa, mutta edelleen on tärkeää, että myös SeAMK jakaa myös podcasteja.

Myös podcastin otsikointiin ja sen huomioitavuuteen kannattaa kiinnittää huomiota, koska samoin kuin kirjoitettu teksti, podcast voidaan valita sen otsikon perusteella. Otsikon lisäksi on tärkeää kertoa kiinnostava kuvausteksti, jossa sisältöä avataan kuulijoille, saadaan kiinnostus heräämään ja painamaan kuuntelunappia. Kuvauksessa on hyvä miettiä myös muutamia avainsanoja.

Podcast-kokeilua yhdistettynä perinteisempään messumarkkinointiin

SeAMKin markkinoinnissa kokeilemme mielellämme uusia markkinoinnin muotoja. Marraskuun 2023 Studia-messuille otimme mukaamme myös Podcast-laitteiston (mikserin, mikit ja kuulokkeet), ja teimme messuosaston esittelyjen ohella viisi uutta Podcastia SeAMK TALK -sarjaan. Näistä ensimmäisen julkaisimme jo Studia-messujen aikaan, joten pystyimme tuomaan sitä esille sosiaalisessa mediassa jo ensimmäisen messupäivän lopussa. Kehitämme konseptia edelleen ja seuraamme tuloksia. Kerro sinäkin mielipiteesi podcast-sarjasta

Lisälukemista ja vinkkejä podcastien käytöstä markkinoinnissa

Kortesuo, K. (2019). *Kaikenkattava sisällöntuotannon opas yrityksille. Tee teksti, kokoa kuva, puhu Podcast*. Kauppakamari.

Sanoma B2B. *Podcastien käyttö markkinoinnissa – mitä hyötyä niistä saa ja mitkä ovat sudenkuopat?* https://media.sanoma.fi/ajankohtaista/nakemyksia-markkinoinnista/podcastien-kaytto-markkinoinnissa-mita-hyotya-niista-saa

Outi Kemppainen
viestintä- ja markkinointipäällikkö
SeAMK