

Mehr Podcast-Abonnenten mit diesen einfachen Tricks

Vor dem Start

Warum denn schon vor dem Start?

Vor dem Start stellst du die Weichen auf Erfolg. Das bedeutet aber nicht, dass du Elementen aus dieser Auflistung auch nach dem Start des Podcasts in Angriff nehmen kannst.

Partizipation

Es kann durchaus sinnvoll sein, deine bestehende Zielgruppe und Follower in die Entwicklung deines Podcasts mit einzubeziehen. Das schafft Verbundenheit und ein Wir-Gefühl.

Das könntest du machen:

- Musik auswählen lassen
- Cover zur Auswahl stellen
- Zeig die Erstellung deines Podcasts, indem du dich in Social Media dabei zeigst. Dazu eignen sich Stories ganz besonders gut.

Umfragen

Umfragen liefern dir eine Menge Wissen über deine Zielgruppe, die du direkt in die ersten Episoden einfließen lassen kannst. Auch dass du eine Umfrage machst, zeigt den Leuten, dass du einen Podcast planst. Das macht dann auch neugierig.

Mehr Podcast-Abonnenten mit diesen einfachen Tricks

- Diese Tools kann ich dir für Umfragen empfehlen: Google Forms, SurveyMonkey, Typeform
- Gibst du den Leuten eine kleine thematische Vorauswahl für Contentideen deines Podcasts, dann hast du nicht selten den Redaktionsplan für das erste Quartal schon in der Tasche

Positionierung

Die Grundlage für ALLES, wenn du im Internet und einem eigenen Business erfolgreich sein willst. Aber auch ohne Business macht eine gescheite Positionierung den Unterschied zu den Anderen.

- Wen will ich erreichen? Das ist die Grundlage aller Positionierung und ein stetiger Prozess, der gefühlt auch nie aufhört
- Was sind die Schmerzpunkte der Zielgruppe? Was hält sie nachts wach und was ist der Kittelbrennfaktor. Das zu wissen, ist ein Redaktionsplanfüller
- Weiß ich, wo ich die Menschen zu finden sind? Hast du darüber einen Überblick, dann weißt du auch, wo du sie direkt erreichen kannst. Beispielsweise in Social Media oder einschlägigen Foren.

Keywords und SEO

- Diese Stellen sind im Podcast Keyword-relevant: Titel, Titel der Episoden und Autorenbeschreibung
- Was sagt Google? Schau auch gerne nach den „Verwandten Suchanfragen“, die du bei einer regulären Suchanfrage am Ende angezeigt bekommst. Nicht selten sind da gute Formulierungen drin.
- Sprich die Sprache der Zielgruppe und pack diese Wörter oder Redewendungen in deine Episodentitel

Mach es den Leuten einfach, Abonnenten zu werden

Nicht jeder ist ein digital native, der sich mühelos durch Internet bewegt. Manche Zielgruppen müssen den Zugang erst gezeigt bekommen und dafür brauchst du Ressourcen.

- Nicht alle haben den direkten Zugang zu Apps. Da darfst du nachsichtig sein
- Beschreibungsseite mit Video: Zeige vielleicht mit gängigen Endgeräten und ein paar Screenshots, was Schritt für Schritt zu tun ist.
- Verlinke diese Ressource an allen Berührungspunkten

Sei auf allen relevanten Plattformen

„Be everywhere“ ist nicht immer ratsam. Beim Podcasting schon. Nutze die verschiedenen Plattformen, um auch für jeden in deiner Zielgruppe zu finden sein. Was du vermeiden solltest, ist eine Pseudo-Exklusivität á la „Nur auf Spotify“, wenn es auch anders geht.

- Plattformen, die am allerwichtigsten sind: Apple Podcast, Google Podcast, Spotify

Nach dem Start

Neue Abonnenten wollen wir auch nach dem Start des Podcasts. Daher habe ich dir hier noch ein paar Möglichkeiten aufgelistet, die du auf jeden Fall nutzen solltest. Natürlich nicht alles auf einmal, aber habe das ruhig im Hinterkopf.

Touchpoints

Ist der Podcast an allen Berührungspunkten zu finden? Touchpoints oder Berührungspunkte sind die Stellen, an denen potentiellen ZuhörerInnen in Kontakt mit dir oder deinem Business kommen. Da darf dann auch der Podcast zu finden sein. Was nicht sein sollte ist, dass der Podcast mit List und Tücke im Footer der Seite verlinkt ist.

Hier ein paar Berührungspunkte, die relevant für dich sein können:

- Footer der E-Mail: Das ist ein sehr, sehr unterschätzter Platz in der allgemeinen Kommunikation. Mit den meisten E-Mail-Anbietern (z.B. Gmail, Apple Mail, etc.), kann man Footer definieren.
- Seitenleiste der Website
- Menüstruktur der Website
- Im Rahmen einer E-Mail-Automation: Irgendwann sollte eine E-Mail mit dem Hinweis auf den Podcast eintrudeln
- Danke-Seiten: Davon haben wir in der Regel auch eine Menge und am liebsten haben wir es, wenn möglichst viele Menschen an diesen Seiten vorbei kommen. Warum dann nicht auf den Podcast verweisen?
- Rückseiten von Visitenkarten: Ich habe quadratische Visitenkarten und auf der Rückseite ist ein QR-Code mit dem Link zur Podcast-Landing-Page
- 404-Seite: Dort wollen wir wenig Traffic haben, aber WENN, dann kann auch der Podcast in Szene gesetzt werden: „Sorry, diese URL gibt es nicht. Was es aber gibt, ist mein Podcast. Interessiert?“

Landingpage

Webseite, die deinen Podcast „verkauft“. Meist ohne ablenkende Elemente wie Menüs oder Seitenleisten. Sie haben die Aufgabe, BesucherInnen zu einer Handlung zu motivieren. Das machen wir für Produkte oder Dienstleistungen sehr gerne, aber selten nur für den eigenen Podcast

Elemente, die drin sein sollen:

- Nur eine Handlungsaufforderung: Mehr verwirrt. Biete da also gerne die Links zu den großen drei Plattformen an (Apple Podcast, Google Podcast, Spotify)
 - * Social Proof wie Testimonials oder Bewertungen: Ich habe für meine Landingpage einfach ein paar Bewertungen aus Apple Podcast per Screenshot rauskopiert.
 - * Nutzenversprechen für die Zielgruppe: Die Leute wollen wissen, ob die Zeit, die sie mit dem Podcast verbringen sollen, sinnvoll investierte Zeit ist.

- * Nutzen von Podcasts allgemein:
 - * Information und Unterhaltung abseits von Bildschirmen
 - * Man kann andere Dinge machen, während man unterhalten wird
 - * Automatisch neue Folgen auf das Smartphone

Gewinnspiel

Gewinnspiele sind ein gern und gut genutztes Mittel, um Aufmerksamkeit auf einen bestimmten Zeitpunkt zu lenken. Beispielsweise auf den Start eines Podcasts. Wenn du das mit einem Gewinnspiel flankierst, machst du schon einiges richtig.

Hier ein paar Eckpunkte, die wichtig sind:

- Nicht zu häufig:
 - * Vielleicht zum Start des Podcasts
 - * Dann maximal einmal im Quartal
- Gewinne:
 - * Entweder es gibt einen Lostopf
 - * Oder jeder, der mitmacht, gewinnt etwas
- Teilnahmebedingungen
 1. Landingpage teilen im Netzwerk der Wahl
 2. Schreibe ein paar Sätze dazu
 3. Mach davon ein Screenshot
 4. Schick den Screenshot an meine E-Mail-Adresse

Teaser

Einen Tipp geben, auf den Rest in der Episode verweisen: So kannst du in Social Media rausgehen und schnellen Content in die Welt bringen. Wenn du eine Episode raus gebracht hast, machst du einen Live oder eine Story in Social Media und verrätst einen Tipp, den du auch in der Folge gebracht hast.

Mehr Podcast-Abonnenten mit diesen einfachen Tricks

Vielleicht betrachtest du diesen Tipp auch aus mehreren Perspektiven, die darüber hinausgehen, was du in der Folge betrachtet hast.

Dann verweist du nach dem Tipp auf die Episode und die Links, die du dann entsprechend in den Beitrag eingebaut hast.

Interviews

- Gäste bringen Reichweite
 - * Zumindest meistens: Nicht immer teilen Gäste die Episoden in der Prime Time. Wenn überhaupt...
 - * Tipp, um die Gäste zu aktivieren:
 - * Markiere sie nicht nur in Social Media, sondern schicke ihnen eine Mail mit allen relevanten Links, die sie nur noch kopieren und in Social Media einsetzen brauchen.
- Achte bei der Auswahl der Gäste aber eher auf die Relevanz, als auf die Reichweite

In andere Shows gehen

Das halte ich für die absolute Königsdisziplin für organische Reichweite und das aus folgenden Gründen:

- Man kommt raus aus seiner persönlichen Filterblase
 - * Man erreicht nur Podcast-affine Menschen
 - * Interviewer teilen garantiert zur besten Sendezeit

Die Frage ist: „Wie kommst du in andere Shows?“ Das ist mit Sicherheit nicht so leicht, wie Gäste zu bekommen, aber auch kein Hexenwerk. Was ist also zu tun?

- Recherche
 - * Wer erreicht auch deine Zielgruppe?
 - * Wichtig ist dabei aber, dass die Leute keine direkten Wettbewerber von dir sind.

Mehr Podcast-Abonnenten mit diesen einfachen Tricks

- * Ansprache
- * Zeige deinen Wert: Du bist was wert!
- * Welche Themen könntest du abdecken?

Automationen

Automationen sind ein typischer Teil des E-Mail-Marketings. Achte da darauf, dass eine der ersten automatisierten Mails an deine Interessenten auch deinen Podcast in Szene setzt. Das wird sehr häufig übersehen in der Planung der E-Mail-Serien.

Du kannst auch aus deinen Episoden Content für deine Automationen machen. Nimm dir relevante Episoden, mache einen Tipp daraus zum Kern der E-Mail und verweise am Ende auch auf die Landingpage für deinen Podcast.

Newsletter

Auch deine Newsletter-Abonnenten sollten zeitweise über neue Knaller-Episoden informiert werden, denn nicht alle Abonnenten sind auch Podcast-HörerInnen. Das würde ich aber nicht bei jeder Episode machen, denn sonst wirkst du schnell zu forsch und die Leute deabonnieren deine Mails.

Content Recycling

CR bedeutet, dass du aus einer Content-Art eine andere Content-Art machst. Beispielsweise könntest du ein Facebook-Live machen und die Tonspur daraus als Podcast-Episode veröffentlichen. Was aber besonders interessant für die allgemeine Grundreichweite ist: Mach aus Episoden Blogposts.

Und so geht das:

1. Fertige ein Transkript an
 - Entweder automatisiert
 - * Podigee bietet das auch an
 - * Dann bekommst du nach dem Upload ein Transkript

Mehr Podcast-Abonnenten mit diesen einfachen Tricks

- Oder händisch

2. Formatierung

- Transkripte lesen sich nicht gut: Die sollten dringend überarbeitet werden. Denn sonst scrollen Interessenten nicht zum Schluss und das ist für Google kein gutes Signal
- Zwischenüberschriften: Ergänze Zwischenüberschriften in H2, um eine bessere Strukturierung zu gewährleisten und auch relevante Keywords unterzubringen

Fazit

Du siehst, dass es sehr viele Möglichkeiten gibt, um neue Abonnenten für deinen Podcast zu bekommen. Es ist vor allem etwas, was auf deinen eigenen Strategien und auch deiner persönlichen Zielgruppe basiert. Nicht jeder Tipp wird etwas für dich sein, aber sei interessiert und probiere gerne einzelne Dinge aus dieser Liste aus.

Ich bin sicher, dass du damit mittelfristig eine Menge mehr neuer Abonnenten erreichen kannst!