Poddmöte måndag

Steg 1. Vad händer med podden Nicole och skäggen? Utgivningstakt och framtid?

Steg 2: Marknadsföring. Hur når vi ut?

Del 1: Skapa marknadsföringamaterial så podden känns mer ”på riktigt”. Ex landningssida. Klistermärken. Bilder till varje avsnitt som alla lägger upp ”känns som de tar över hela internet.”

Vilka kanaler syns vi i idag? Hur ”planterar” vi den snyggt?  
- instagram

- snapchat

- Facebook

- Nyhetssajter   
  
Mera:   
- Involvera komiker till #tbt

- Intervjua kändisar

- Tävlingar

- Uppmana folk att dela med sig av content

Här är ett annat företag som riktat in sig på poddar och gör det för att tjäna pengar och samtidigt hyra ut studio: http://www.filt.se/podcast-och-web-tv/

onsdag;

Hur gör vi mer realitypodd?

Nicole:

Stemme:  
”Varför blev det inte?” besöka gamla ex och fråga varför det inte funkade.   
Mindre prat, mer verklighet. Trampstudio.   
  
Lasse:

1. Bebispodden m Libero
2. Pensionspodden m pensionsmyndigheten
3. Rättegångspodd – Arbogamorden
4. Drickbart
5. Hypokondri – Apoteket
6. Kyrkopodd – Filip?
7. Tummen mitt i handen – byggmax
8. David & Renée
9. Träningspodden – SATS/Gymgrossiten (Bli fit på instagram)
10. Datingpodden – ”Varför är jag inte gift för?” –comviq, mathem
11. Jysk – pillowtalk
12. Mio – coachsurfing // Halv 8 hos mig – Mathemspåret
13. Volvo – dragkroken – åker hem till folk och flyttar
14. Ekologiskt
15. ARLA Allt blir godare med grädde. GW och
16. Postkoden – grannprat
17. Proggpodden med volkswagen

Marknadsplan

**Idén är grunden.** När vi jobbar tillsammans med en kommersiell uppdragsgivare lägger vi mycket fokus vid koncept. Vem ska lyssna, vad vill de ha, och vad ska de göra efteråt? Ska vi till exempel få Sveriges alla småbarnsfamiljer att tänka på pensionen, är kanske inte två fondexperter i en studio rätt format.

**Manus och dramaturgi**. När du lyssnar på ett riktigt bra radioprogram (antingen på din köksradio eller i din telefon) vill du inte stänga av. Du känner, tänker eller agerar på det du hör. Oavsett om det handlar om sömn eller hur man ska hantera näthat. Med ett genomarbetat manus, research och upplägg av programmets olika delar ger vi det en vinkel och en röd tråd som lyssnaren dras med i.

**Programledare och gäster är också viktigt.** En ovan programledare behöver hjälp och coachning i allt från intervjuteknik till att skriva manus. Ska programmet ha gäster eller reportage måste vi hitta och förbereda rätt person som, så att säga, funkar i radio.

**Sen har vi självklart tekniken.** Det måste låta bra, helt enkelt. I vår studio och med våra reportrar lägger vi grunden för produktioner som är lätta att lyssna på.

**Och så slutligen spridningen.** Det spelar inte någon roll hur bra en podcast är om ingen hittar den. Och vi når inte våra mål om inte just vår målgrupp lyssnar. Därför jobbar vi med en spridningsstrategi parallellt under hela produktionen så att alla vet vad de ska göra när det är dags för lansering.