

Wojciech Strózik

Podcast



od podstaw

Zbuduj zasięgi,
markę i rozwiń biznes



Spis treści

Instrukcja obsługi

9

CZĘŚĆ I. OD CZEGO ZACZAĆ PODCAST?

rozdział 1. Przygotowanie	13
rozdział 2. Od czego zacząć podcast?	21
Krok pierwszy – dlaczego podcast?	21
Krok drugi – strategia twojego podcastu	24
Krok trzeci – ustal motyw przewodni podcastu	26
Krok czwarty – nazwa podcastu	27
Krok piąty – pierwszy plan podcastu	30
Krok szósty – okładka podcastu	32
Krok siódmy – pierwszy odcinek	39
rozdział 3. Jak utrzymać zapał do tworzenia?	51
rozdział 4. Opór przed i w trakcie	63
rozdział 5. Kiedy brakuje pomysłów	69
rozdział 6. Podcast to nie sprint, to ultramaraton	77
rozdział 7. Twoja prawda będzie słuchalna	81
rozdział 8. Nie stój w miejscu!	87
rozdział 9. Co może dać ci podcast?	95

CZĘŚĆ II. TEMATY TECHNICZNE

rozdział 10. Twój głos swoją siłą!	103
rozdział 11. Twój pierwszy mikrofon... w telefonie	117
rozdział 12. Optymalne rozwiązania techniczne	129
rozdział 13. Jaki format wybrać?	137
rozdział 14. Co z tym montażem?	151
rozdział 15. Gdzie publikować podcasty?	165
rozdział 16. Jak być na bieżąco?	175
rozdział 17. Optymalizacja i automatyzacja	183

CZĘŚĆ III. PROMOCJA, PIENIĄDZE I STATYSTYKI

rozdział 18. Bez promocji nadal jesteś w szufladzie	191
rozdział 19. Newsletter tubą twojego podcastu	217
rozdział 20. Jak zarabiać na podcastach?	229
rozdział 21. Cyferki, które nie zawsze mają znaczenie	257
rozdział 22. Nie wszystko, nie wszędzie i nie z każdym	269
Na zakończenie	277

Instrukcja obsługi

Cześć! Cieszę się, że tu jesteś. Ten poradnik jest dla ciebie. Napisałem go, aby pomóc ci uruchomić własny podcast. Chcę, abyś wykorzystał możliwie najlepiej całą wiedzę i doświadczenie zawarte w tej książce. Poza teoretycznym wprowadzeniem do poszczególnych tematów znajdziesz tu liczne ćwiczenia, komentarze innych twórców oraz wskazówki, które poprowadzą cię przez wszystkie istotne obszary tego niesamowitego medium. Oznaczyłem je w taki sposób:



Porada – inspiruj się i działaj!



Narzędzia – przetestuj i wybierz najlepsze dla siebie!



Przykład – ucz się od najlepszych!



Ćwiczenie – dobrze jest zderzyć teorię z praktyką!

Nie jest to książka, która ma dobrze wyglądać na półce. Jest to pewnego rodzaju podręcznik. Możesz w nim pisać,

nie tylko w miejscach do tego przeznaczonych, ale wszędzie tam, gdzie uznasz to za konieczne, robić notatki, podkreślać ważne dla siebie fragmenty, rysować. Nie tylko możesz, jest to nawet wskazane. Czytając kolejne rozdziały, miej pod ręką ołówek lub długopis. Chcę, abyś po przeczytaniu mojej książki był wyposażony w narzędzia niezbędne do uruchomienia własnego podcastowego projektu.

W ramach tego poradnika pomogę ci zbudować strategię, ustalić motyw przewodni i nazwę podcastu. Zastanowimy się nad projektem okładki, formatem podcastu oraz strukturą odcinków. Określimy grupę docelową słuchaczy, zaplanujemy tematy przyszłych odcinków i wybierzemy odpowiednich gości. Otrzymasz także zestaw narzędzi i wskazówek, które pozwolą ci już teraz ruszyć z podcastem. Bez specjalistycznego sprzętu.

Opiszę metody radzenia sobie ze spadającą motywacją, a także dam wskazówki, co robić, aby wytrwać w projekcie, utrzymać początkowy zapał i czerpać satysfakcję z tworzenia. Dowiesz się, jak się rozwijać dzięki tej szczególnej aktywności, jaką jest nagrywanie podcastu, oraz jak dzięki niemu zwiększyć swoje przychody.

Podcast od podstaw to wyjątkowa pozycja na polskim rynku. W czasie lektury nie koncentruj się jedynie na części teoretycznej, ale też na opisanych doświadczeniach, praktycznych poradach, a przede wszystkim przygotowanych ćwiczeniach. Tylko aktywny udział w lekturze i skupienie się na działaniu sprawią, że twój podcast będzie wyróżniał się na tle innych i będzie chętnie słuchany. Jestem tu po to, aby pomóc ci uruchomić podcast.

Do dzieła!

Wojtek Strózik

“

CZĘŚĆ I
OD CZEGO ZACZAĆ
PODCAST?

”

rozdział 1

Przygotowanie

Znasz historię zdobycia bieguna południowego przez Roalda Amundsena i Roberta Falcona Scotta¹? Nawet jeśli tak, to przeczytaj. Zarówno uruchomienie podcastu, jak i wyprawa na biegun nie udałyby się, gdyby nie proces przygotowawczy. Planowanie jest ważnym elementem, a im bardziej skomplikowana, oddalona geograficznie czy czasowo misja, tym ten proces powinien być bardziej dopracowany. Jakie w tym wszystkim znaczenie ma wyprawa na biegun południowy? Otóż bardzo duże. Planowanie tak skomplikowanej wyprawy zajęło wiele miesięcy, a może i lat. Scott i Amundsen musieli stworzyć strategię i określić nadrzędny cel – obaj mieli ten sam: zdobycie bieguna. Ale Scott, lider brytyjskiego zespołu, chciał, aby jego wyprawa na biegun południowy miała także wymiar naukowy. Dlatego tak ważne było dla niego zebranie funduszy na całą misję, planowanie logistyki, wybranie środków transportu dla ludzi i ekwipunku. To kluczowy etap dla obu wypraw. Amundsen wyruszył

¹ *Wyprawa Amundsena na biegun południowy*, www.pl.wikipedia.org, Wikipedia, wolna encyklopedia [dostęp: 30.06.2023].

na biegun 20 października, a Scott 1 listopada 1911 roku. Pierwsza misja ruszyła z obozu rozbitego w Zatoce Wielorybiej, położonej o ponad 60 mil bliżej bieguna niż obóz drugiego zespołu, który stacjonował w Zatoce McMurdo. Oba zespoły osiągnęły swój cel, jednak tylko drużyna Amundsena powróciła do obozu. Scott zmarł jako ostatni członek swojej wyprawy, będąc zaledwie 17 kilometrów od bazy. Co się wydarzyło? Co przesądziło o sukcesie Amundsena i porażce Scotta? Cele poboczne Brytyjczyków miały duży wpływ na ich opóźnienie i trudności z powrotem. Chcieli oni bowiem zebrać próbki, które pomogłyby lepiej poznać tę ekstremalnie nieprzyjazną ludziom okolicę. Jednak ciężar próbek mocno spowalniał wycieńczonych członków zespołu Scotta. Jak się pewnie domyślasz, kluczowy dla porażki był etap planowania, w czasie którego zdecydowano o środkach transportu. Amundsen wybrał psie zaprzęgi i narty, a Scott zdywersyfikował transport na psie zaprzęgi, mandżurskie kuce i sanie z napędem motorowym (traktorki), które jednak szybko stały się niesprawne i nieużyteczne dla wyprawy. Kuce nie były przystosowane do panujących na biegunie warunków, a psie zaprzęgi obciążone dodatkowym wyposażeniem i próbkami były znacznie słabsze, niż zaprzęgi drużyny zwycięskiej, która powróciła z wyprawy. Zwycięskiej, bo ówczesne media szybko obie wyprawy nazwały „wyścigiem o biegun południowy”. Był jeszcze czynnik stresu wywołany rywalizacją. Scott dowiedział się, że Amundsen również planuje zdobycie bieguna południowego, a nie, jak wstępnie planował, zdobycie bieguna północnego. To także mogło mieć – i z pewnością miało – wpływ na przebieg misji.

Czego możemy się nauczyć z tej historii?

Nie można lekceważyć planowania. Należy uwzględniać wiele czynników mogących mieć wpływ na rezultat, a w trakcie projektu zwinnie zarządzać zmianą dla realizacji głównego celu.

Planowanie to jeden z procesów przygotowawczych. Mam nadzieję, że nie odstraszyła cię ta historia zdobycia bieguna. Przytoczyłem ją jako przykład. Chcę jedynie zwrócić uwagę na schemat działania, który powinieneś opracować przed uruchomieniem własnego podcastu. Tak między nami, to chyba już masz w głowie pomysł na podcast. Samo to, że czytasz tę książkę, pokazuje, że chcesz się do tego dobrze przygotować. Cieszę się na myśl, że mogę towarzyszyć ci w tej przygodzie, być twoim wsparciem, inspiracją. Zanim jednak wyruszysz, pozwól, że pomogę ci się przygotować. Nigdy nie jest ani tak trudno, ani tak łatwo, jak się wydaje na początku.

Podchodzimy do projektu w dwojaki sposób – albo wyolbrzymiamy proces, albo go bagatelizujemy. Grupa wyolbrzymiających jest zdecydowanie większa. Bywa, że wyolbrzymiający pomimo wielkich chęci i pragnień nigdy nie robią nawet pierwszego kroku w kierunku realizacji swoich zamierzeń. Walczą z prokrastynacją, perfekcjonizmem, samooceną i kto wie, z czym jeszcze. Nawet najmniejsza przeszkoda wydaje się im nie do pokonania. Nie ma znaczenia wielkość projektu czy rodzaj aktywności. Trudności wciąż narastają, są jak góry, rzucany przez nie cień robi się tak gęsty i mroczny, że niemalże całkowicie paraliżuje. Co się stało? Dlaczego chęci nie przeszły w działanie? Mam czasem wrażenie, że to znacznie głębszy problem. Każdy przecież nosi swój plecak, walczy ze swoimi demonami i jedyne, co może pomóc, to zmiana sposobu myślenia, bo to właśnie ono odpowiada za wspomniany paraliż.

Z kolei ci, którzy bagatelizują projekt, zwykle też nie przykładają się do tego, co robią, nie zależy im, brakuje im motywacji. Mówią, że chcą coś zrobić, ale odkładają to na później, bo nie czują, że taki projekt może być dla nich rozwojowy. A kiedy już się zmobilizują, to robią wszystko po łebkach. Jakość efektu końcowego jest niska, zarówno pod względem wartości merytorycznych, jak i technicznego poziomu audio

podcastu. Podobnie może być z okładką, jeśli będzie zaprojektowana w pośpiechu, bez szkicu. Osoby bagatelizujące zwykle szybko poddają się i przechodzą do innego projektu, porzucając obecny, zanim dostrzegą jego potencjał i podejmą działania na rzecz poprawy jakości. Jak zatem wyrwać się ze skrajności wyolbrzymiania lub bagatelizowania?

Słowa mają moc. Jeden z pierwszych gości mojego podcastu zwrócił mi na to uwagę, bo inaczej podchodzimy do działania, mówiąc „chciałbym” zamiast „chcę” lub „zrobię”. Podobnie z pytaniem, „czy może pan/pani teraz rozmawiać?” zaraz po tym, jak osoba, do której dzwoniemy, odebrała telefon. Odebrała, czyli może, chyba że zaraz po odebraniu usłyszysz: „nie mogę teraz rozmawiać, jestem na spotkaniu”. Irytujące, prawda? Muszę się teraz uderzyć w pierś, bo i mnie się zdarzało tak odpowiedzieć. Do czasu. W pewnym momencie zrozumiałem, że taka odpowiedź jest niepoprawna i wkurzająca, a do tego nieprofesjonalna.

O co chodzi z tymi przykładami? Śpieszę z wyjaśnieniem, jeśli jeszcze nie połączyły ci się kropki. Chodzi o DZIAŁANIE! Żadne ze znanych na świecie przedsiębiorstw, żadna książka, żaden film czy podcast nie ujrzałyby światła dziennego, gdyby ich twórcy nie podjęli działania. Myślenie nie jest działaniem. Myślenie o podcaście nie wystarczy do jego uruchomienia. Konieczny jest szereg działań, które doprowadzą do zaplanowania, nagrania, zmontowania, opublikowania i stworzenia komunikacji marketingowej podcastu. Może na studiach wystarczyło zrobić kserokopię wykładów od kolegi lub koleżanki, żeby poczuć +10 do wiedzy. Albo kupić magazyn lifestylowy, np. „Men’s Health”, żeby poczuć, że lepiej się wygląda od samego patrzenia na wysportowane sylwetki modeli. W przypadku podcastu to tak nie działa.

Żebyś mógł wystartować z podcastem, przeprowadzę cię przez wszystkie etapy jego tworzenia. Przy okazji wykonasz szereg ćwiczeń, dzięki którym oswoisz się z tematem i na-

bierzesz doświadczenia. Chcę także, żebyś postarał się zrozumieć, że uruchomienie podcastu nie jest ani takie trudne, ani tak łatwe, jak mogłoby się wydawać. To kluczowe w myśleniu o projekcie, pomoże ci już teraz przygotować się na chwilę zwątpienia i wytrwać w postanowieniu, że będziesz nagrywał podcast. Przecież kiedy wybierasz się na wakacje pod namiot, to przygotowujesz się zupełnie inaczej niż do wyprawy rowerowej „wkoło komina”. Ze szczególnym naciskiem na **PRZYGOTOWUJESZ SIĘ!** Dlatego przygotuj się na to, co może spotkać cię już w trakcie planowania, a później tworzenia i promowania podcastu.

Zacznijmy od tego, czego brakuje większości z nas, a co jest niezbędne w każdym procesie twórczym – od CZASU. Zarezerwuj odpowiednią ilość czasu, jaką będziesz mógł zainwestować w proces tworzenia. O tym, gdzie możesz szukać rezerwy czasu, przeczytasz w rozdziale 8. Ile czasu potrzebujesz? To zależy od wielu czynników, a pierwszym z nich jest podział prac. Możesz wszystkie czynności wykonywać samodzielnie, od początku do końca. Od przygotowania strategii przez napisanie skryptu do odcinka po nagranie, zmontowanie, opublikowanie i promocję. Wydaje ci się, że to dużo pracy? Tak. Na początku tak to wygląda. Ale jeśli chcesz osiągnąć zamierzony cel, to warto tę pracę wykonać.

Są także inne opcje. Możesz delegować np. cały proces techniczny osobom, które zajmują się tym zawodowo. Dzisiaj możemy już wybierać specjalistów, bo wraz z rozwojem środowiska podcastów rozwinęły się także branże pomocnicze – od freelancerów, prywatnych studiów nagrań, po domorosłych montażystów, jak mój syn, który dzielnie przejął pałeczkę i jest wsparciem technicznym przy obu moich podcastach. Już truchleję na myśl, kiedy przyjdzie do mnie i oznajmi, że już z tego wyrósł i mam sobie poszukać kogoś innego. Co nie jest trudne, ale będzie trochę więcej kosztować. Możesz również szukać wsparcia w wirtualnych asystentach i pro-

jekt menedżerach, którzy nie tylko mogą zająć się kwestiami technicznymi – samodzielnie lub z pomocą specjalisty – ale także zajmą się kwestią copywritingu i promocji. Można się zdziwić, jak ewoluował świat wokół podcastów!

Zastanów się, co ma być obszarem, którego nie chcesz delegować specjalistom. Ja nie zrezygnuję z nagrywania, bo który podcaster oddałby najważniejszą i najprzyjemniejszą część swojej pracy. Choć przyznam, że znam podcast, którego autor zlecił komuś innemu czytanie przygotowanych przez niego materiałów. Nie jest to najlepsze rozwiązanie, ale jak widać możliwe do zastosowania. Nie przekażę też nikomu przygotowywania skryptów, czyli właściwej treści odcinka. Za to chciałbym, żeby większość innych działań związanych z powstawaniem podcastu inni wykonywali za mnie. Możliwości jest bardzo dużo. Pamiętaj, że stoisz za sterem swojego podcastu. Moim celem jest wspieranie cię w działaniu, a nie straszenie czy zniechęcanie. Nie byłbym fair, gdybym koncentrował się wyłącznie na pięknych, pozytywnych stronach tworzenia. Darren Hardy w swojej książce *The Entrepreneur Roller Coaster*² pisał, że mamy obraz szczęśliwych ludzi sukcesu, którzy uwielbiają robić to, co robią. Nic bardziej mylnego! On sam w tej książce przyznał, że w 95% nie lubi swojej pracy. Nie lubi rozmawiać przez telefon, brać udziału w spotkaniach biznesowych, wystawiać faktur, zawierać umów i zajmować się tą całą nudną dokumentacją. Jednak te pozostałe 5% obszaru jego biznesu daje mu tak duże poczucie spełnienia, że pozostałe 95% obszaru pracy nie wywołuje tego zirygowania. Realizacja zadań z tych 95% obszaru pracy jest niezbędna, aby osiągnąć satysfakcję z 5%. Ja to kupuję! Sam nie przepadam za częścią pracy przy moim podcaście. Moje 5% aktywności związanych z podcastami daje mi tak duże poczucie satys-

² D. Hardy, *The Entrepreneur Roller Coaster*, Success, Lake Dallas 2015.

fakcji i spełnienia się w misji, że nie chcę z tego rezygnować. I żeby sprawy były w pełni klarowne – nieraz już myślałem, żeby się poddać i odpuścić nagrywanie podcastu. Czasem chodziło o podcast rozwojowy, a innym razem o bajkowy. Dlaczego nie warto się wycofywać i jak radzić sobie w sytuacji spadku motywacji do tworzenia? O tym przeczytasz w rozdziale 3.

Na koniec tego rozdziału przypomnę, czym są podcasty. Podcasty to forma mediów, która umożliwia tworzenie i dystrybucję treści audio. Są to cyfrowe nagrania dźwiękowe, które można odtwarzać na żądanie w wielu dostępnych aplikacjach. W podcastach można poruszać różnorodne tematy – od kategorii rozrywki i edukacji po aktualności i pogłębione intelektualnie dyskusje. Odbiorcy mogą subskrybować ulubione podcasty i odtwarzać odcinki na różnych urządzeniach.

Według badań słuchacze do odtwarzania podcastów najchętniej i najczęściej wybierają smartfony, z uwagi na ich mobilność i uniwersalność. Podcastów można także słuchać na komputerach przenośnych i stacjonarnych, jednak nie jest to już tak wygodne, jak na smartfonach. Podcasty stały się popularnym medium umożliwiającym odbiorcom elastyczność w słuchaniu i dostęp do interesujących treści w dowolnym czasie i miejscu.

Dzięki podcastom twórcy zyskują swobodę wypowiedzi, możliwość dzielenia się wiedzą i historiami. Dzięki podcastom tworzą się społeczności wokół wspólnych zainteresowań. Słuchanie podcastów stanowi intymne doświadczenie, które pozwala głębiej poznać problem, rozwijać się w dowolnej dziedzinie oraz słuchać inspirujących i pouczających historii. Podcasty stały się ważnym elementem kultury i mediów, tubą, przez którą zarówno profesjonalni dziennikarze, jak i amatorzy mogą wyrazić swoje poglądy, podzielić się pasjami i przedstawić swój punkt widzenia.

Odkryj tajniki fascynującego świata podcastów!

Twórca dwóch popularnych podcastów odkrywa przed tobą kulisy swojego warsztatu. W tej pełnej praktycznych treści książce napisanej bez zbędnych dygresji znajdziesz niezastąpione wskazówki i techniki, które pomogą ci w przygotowaniu i promocji swojego materiału.

Dowiesz się:

- od czego zacząć,
- jak wybrać odpowiedni temat,
- jakiego sprzętu użyć,
- na co zwracać uwagę,
- jak skutecznie dotrzeć do słuchaczy,
- jak monetyzować podcastowe treści.

**PRAKTYCZNY
WORKBOOK**

Wojciech Strózik dzieli się sprawdzonymi strategiami promocji, które pozwolą ci dotrzeć do szerokiej publiczności i zdobyć lojalnych słuchaczy. Poznasz sekrety budowania marki osobistej i efektywnego marketingu podcastowego. Ta książka to prawdziwa skarbnica wiedzy, oparta na praktyce i sukcesie autora, którego podcasty przesłuchano już ponad 2,5 mln razy!

Znajdziesz tu także inspirujące komentarze innych internetowych twórców. Zapewnią ci one motywację i dodadzą pewności siebie podczas tworzenia własnych nagrań.

Czas zrealizować swoje podcastowe marzenia! Nie przegap tej wyjątkowej okazji i sięgnij po książkę *Podcast od podstaw*. Na jej stronach znajdziesz wszystko, czego potrzebujesz, aby rozpocząć swoją przygodę.

Nie czekaj. Zacznij działać już dzisiaj!

PATRONAT



MARKETER+

sprawny.marketing

wszystko o **coachingu**

www.mtbiznes.pl

Książka dostępna także jako e-book i audiobook.

ISBN 978-83-8231-374-1



9 788382 313741

MT23044

Cena 54,90 zł