

MARKETING

# PODCASTMARKETING: wat is het en wat zijn de voordelen?

“In onze podcast ...” Hoe vaak heb je dit de afgelopen twaalf maanden gehoord of gelezen? Ja, het aanbod in podcasts is tegenwoordig booming. En dat is iets moois! Maar wat is podcastmarketing eigenlijk? Welke kansen biedt het jou als ondernemer? En waarom zou jij het als een strategische tool inzetten? Sandra Kunz waagde de sprong en dook erin voor jou!

TEKST: SANDRA KUNZ, MINDPET  
FOTO'S: RITUPON BAISHYA, SHUTTERSTOCK



**H**et is 9.59 uur. Je zit in de auto, de radio staat aan. Je hoort 'Plingplingpling, het is 10.00 uur dus we gaan nu eerst naar het ANP-nieuws met ...' Je draait de volumeknop wat harder en luistert naar de nieuwsupdate. Na de nieuwsupdate draai je de volumeknop weer terug. Je bent weer op de hoogte!

Herken je deze situatie? Grote kans dat jij (onbewust) groot fan bent van podcasts. Net als heel veel andere mensen.

## Wat is een podcast?

Simpel uitgelegd is een podcast een audiobestand dat via internet verspreid wordt en beluisterd kan worden via telefoon, computer en tablet. Het woord 'podcast' komt van de woorden 'iPod' (de welbekende mp3-speler van Apple) en 'broadcast' (wat 'uitzenden' betekent in het Engels). De eerste podcasts werden bekend in 2004. Omdat internet toen nog traag en duur was, downloadde je het audiobestand om op de mp3-speler te zetten. Deze vorm van 'on demand' audio's luisteren wanneer het jou uitkomt, is inmiddels dus al een stuk ouder dan veel mensen weten. Tegenwoordig zijn er verschillende streamingdiensten beschikbaar, zoals Spotify en iTunes, om vol gemak naar de audio te luisteren waar en wanneer jij daar behoefte aan hebt. Ondertussen zijn er duizenden podcasts over verschillende onderwerpen te vinden, maar we weten ook: de podcastmarkt is nog lang niet verzadigd.

## "Leuk die podcasts, maar is dit marketing dan ..."

Als je mijn artikelen vaker leest, dan weet je dat marketing veel verder gaat dan alleen 'promotie maken' voor producten en diensten. Samenvattend betekent marketing voor mij: huisdiereigenaren de waarde van jouw bedrijf en aanbod in laten zien. Er zijn honderden methoden en technieken plus veel online én offline middelen/mediums beschikbaar om dat te doen. Het medium 'podcast' biedt je de mogelijkheid om diverse methoden/technieken toe te passen waardoor je daadwerkelijk bij de huisdiereigenaar in beeld komt. Ik deel drie (van de vele) voordelen van podcastmarketing.

### VOORDEEL 1

#### WEKT EMOTIE EN GEVOEL OP BIJ JOUW BEDRIJF

Vertel verhalen en het wekt automatisch emotie en gevoel bij mensen op. Storytelling is de marketingtechniek die het meest gebruikt wordt in podcasts. Deze techniek voegt emotie toe aan je aanbod. Je creëert betrokkenheid en verbinding met de klantgroep. We weten dat de hersenen actiever zijn bij het horen van een verhaal, dan bijvoorbeeld bij het horen van feiten. Wanneer je verhalen hoort, maken de hersenen stoffen aan. Deze stoffen (oxytocine, dopamine en serotonine) worden geassocieerd met plezier, beloning en genot. Dat verklaart gelijk waarom storytelling emotie, gevoel, gedachten en gedrag kan opwekken.

## VIJF PODCAST-TIPS



### Typisch Hilversum

In gesprek met Marc Figge van Dierenspecialzaak Langhout



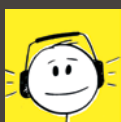
### BNR Zakendoen

Thomas van Zijl in gesprek met Gijs van den Assum (Dibevo) over ondernemen in de huisdierenbranche



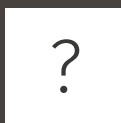
### De Mindpet Podcast

#3 Zo haal je waarde uit je Instagram Met Sandra Kunz & Josine Warnier



### Podcast over Marketing(psychologie)

#41 Hoe een #goeiegast een extreem klantgericht bedrijf bouwt Met Christ Coolen & Martijn Verspeek



Heb jij een podcast-tip die hier ook bij had moeten staan? Geef het door met een e-mail naar [redactie@dibevo.nl](mailto:redactie@dibevo.nl)

Precies de reden waarom het zo'n krachtig middel is voor marketing en communicatie. Meer weten, lees mijn volledige artikel over 'storytelling' op [mindpet.nl/storytelling](http://mindpet.nl/storytelling).

### VOORDEEL 2

#### BOUWT AAN DE BAND MET HUISDIEREIGENAREN

Jij bent authentiek. Jouw bedrijf is authentiek. Daar kun je gebruik van maken. Hoewel het vroeger 'zakelijker' was om afstand te houden tot de klant, is dat tegenwoordig wel anders. Je bedient met jouw bedrijf de huisdiereigenaar die zijn/haar viervoeter als extra gezinslid beschouwt. Om deze huisdiereigenaar goed van dienst te kunnen zijn is vertrouwen nodig. Daar bouw je aan door in contact te zijn met de (potentiële) klant. In praktijk onderscheiden we 3 fases. We gaan van de know-fase, naar de like-fase en eindigen in de trust-fase. Door in een podcast letterlijk je stem en visie te laten horen en jezelf te zijn, leren luisteraars je kennen (know). Langzamerhand beginnen ze je leuk te vinden, omdat ze bijvoorbeeld iets van zichzelf herkennen in jou (like). Naarmate dat gevoel langer aanblijft en ze je als expert gaan beschouwen, bouw je aan het vertrouwen (trust). Vertrouwen bereikt? Je hoeft maar een advies met

# Copyright foto

sterke onderbouwing aan deze huisdiereigenaar te geven en 'de deal' is rond.

## VOORDEEL 3

### VERGROOT JE BEREIK

De deelmogelijkheden van podcasts zijn groot. Er zijn diverse podcastplatforms beschikbaar. Een aflevering is makkelijk te delen via sociale media en een linkje van de aflevering is zo doorgestuurd. Juist omdat podcasts altijd en overal te beluisteren zijn (in de trein, tijdens het huishouden, op de fiets, in de auto, tijdens het sporten of een wandeling, e.d.) én dat bijvoorbeeld Spotify veel gebruikt wordt om naar podcasts te zoeken, maakt dat het mogelijke bereik van potentiële klanten groeit per aflevering.

### Strategisch inzetten dan maar?!

Luisteren naar een aflevering van bijvoorbeeld 20 minuten, betekent dat je 20 minuten lang in 'de bubbel' van de huisdiereigenaar zit. Vergelijk dat met een milliseconde dat de huisdiereigenaar (misschien) jouw bericht op Facebook ziet ...

Heb ik je inmiddels overtuigd? Ga dan aan de slag met podcastmarketing!



**Sandra Kunz** is marketingcoach en eigenaar van Mindpet. Via masterclasses, sparringsessies & coaching helpt ze ondernemers in de huisdierenbranche om marketing succesvol in te zetten. Aan de slag met slimme marketing zodat je omzet een boost krijgt? Mail Sandra dan via [sandra@mindpet.nl](mailto:sandra@mindpet.nl) Meer info op [mindpet.nl](http://mindpet.nl), volg Sandra op Instagram/Facebook @mindpetmarketing of luister naar De Mindpet Podcast op Spotify!



Wat vind jij leuk en waar praat je graag over? Bedenk daarna goed wie jouw ideale klant is en waar deze ideale klant behoefte aan heeft. Helder? Zet dan daarop in, en start je eigen podcast met bovenstaande voordelen in het achterhoofd.

Ik doe een voorzetje van concepten waaraan je zou kunnen denken:

- Sterke verhalen uit de dierspecialzaak; je maakt vast genoeg mee, toch?!
- Tien afleveringen in gesprek met leveranciers van jullie hondenproducten top-10; interessant voor hondeneigenaren én voor jezelf, grote kans dat je nieuwe verkoopargumenten ontdekt plus dat je een veel beter verhaal kunt vertellen tijdens een adviesgesprek (Hallo, storytelling!).
- Koffiemoment met de vaste klant; geweldig om klanten aan het woord te laten. Herkenbare verhalen wakkeren automatisch emotie aan bij potentiële klanten die op 'vaste klanten' lijken. Daarnaast leer je jouw vaste klant waarschijnlijk nóg beter kennen. In latere marketingactiviteiten kun je daar goed gebruik van maken.

Hoewel het gemakkelijk is om zelf een podcast op de streamingdiensten te plaatsen (bijvoorbeeld via [podcasters.spotify.com](https://podcasters.spotify.com)), sta je wellicht niet direct te springen om zélf met een podcast te starten. Weet dan dat bestaande podcastmakers zoals ik, die bij jou of jouw doelgroep passen, staan te springen om leuke gasten met wie ze een sterk inhoudelijk gesprek kunnen voeren. Er zijn verbazingwekkend weinig podcasts en afleveringen op Spotify te vinden die specifiek gaan over dierspecialzaken, dierenpensies, hondenuitlaatservices en andere bedrijven in de huisdierenbranche. Jij als ondernemer hebt veel meer te vertellen, doe daar wat mee! ←