

Safia Gourari

BUILD YOUR Podcast

LE TREMPLIN POUR CONSTRUIRE
UN BUSINESS **RENTABLE**



Par la créatrice
du podcast à succès
Build Yourself

Vuibert

Safia Gourari

BUILD YOUR Podcast

LE TREMLIN POUR CONSTRUIRE
UN BUSINESS **RENTABLE**

Vuibert

Maquette de couverture : Marthe Oréal © Studio Smarthe

Maquette intérieure : Marthe Oréal © Studio Smarthe

© Vuibert – août 2022 – 5, allée de la 2^e DB – 75015 Paris

www.vuibert.fr

ISBN : 978-2-311-62610-0

La loi du 11 mars 1957 n'autorisant aux termes des alinéas 2 et 3 de l'article 41, d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale, ou partielle, faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause, est illicite » (alinéa 1^{er} de l'article 40). Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles 425 et suivants du Code pénal. Le photocopillage, c'est l'usage abusif et collectif de la photocopie sans autorisation des auteurs et des éditeurs. Largement répandu dans les établissements d'enseignement, le photocopillage menace l'avenir du livre, car il met en danger son équilibre économique. Il prive les auteurs d'une juste rémunération. En dehors de l'usage privé du copiste, toute reproduction totale ou partielle de cet ouvrage est interdite. Des photocopies payantes peuvent être réalisées avec l'accord de l'éditeur. S'adresser au Centre français d'exploitation du droit de copie : 20, rue des Grands-Augustins, F-75006 Paris. Tél. : 01 44 07 47 70

Sommaire

Introduction..... 7

Épisode 1

Le podcast, un tremplin pour votre business.....9

« Je n'ai pas le temps ».....9

Un format adapté à votre style de vie12

Pause inspirante avec Maude Allais 13

Affirmer son expertise et son autorité.....14

Développer son réseau naturellement 16

Un format compatible avec les personnalités
introverties et réservées17

Un tremplin de visibilité.....17

Les compétences développées par le podcasting 18

Épisode 2

Dépasser ses idées reçues23

« Il faut maîtriser l'aspect technique
pour lancer un podcast » 24

« Je n'ai pas une voix de radio,
je ne suis pas bon orateur »25

« Toutes les thématiques n'ont pas leur place
dans le podcast ».....27

« Je n'ai rien de spécial » 28

« Il est trop tard pour lancer un podcast » 29

Le point mindset 31

Pause inspirante avec Julie Pichet36

Épisode 3

Intégrer le podcast à son business37

Le podfading..... 38

Définir le « pourquoi » derrière son podcast 41

Définir son auditeur idéal.....	45
Définir sa niche.....	52
Choisir le format de son podcast.....	57
Déterminer la fréquence de diffusion de son podcast.....	66
Intégrer le podcast à son emploi du temps.....	70
Pause inspirante avec Caroline Mignaux.....	75

Épisode 4

Conceptualiser son podcast	81
Choisir un nom de podcast	82
Construire une marque	86
La bande-annonce, l'épisode zéro.....	97
Rédiger la description de son podcast.....	99
Créer la stratégie de lancement de votre podcast.....	101

Épisode 5

Premiers pas techniques.....	111
Se familiariser avec l'enregistrement et être plus à l'aise	111
Choisir le bon équipement	116
Prévoir d'enregistrer	119
Rédiger un script.....	120
Enregistrer des épisodes de podcast dynamiques et mémorables	123
Combien de temps doit durer un épisode ?.....	124
Déléguer le montage de vos épisodes.....	129
Définir un mot clé par épisode.....	129
Soigner ses titres d'épisodes et les rendre irrésistibles	130
Le contenu <i>evergreen</i> ou saisonnier.....	133
Choisir un hébergeur pour diffuser son podcast.....	134
Sur quelle plateforme faut-il diffuser son podcast ?	138
Pause inspirante avec Estelle Ballot	141

Épisode 6

Promouvoir et faire connaître son podcast 147

Exploiter la puissance des réseaux sociaux..... 147

Créer une newsletter pour votre podcast150

Le point mindset 154

Créer un site internet pour votre podcast 156

Développer sa visibilité grâce aux statistiques 162

Les interviews en podcasts, l'accélérateur
de visibilité168

Comment fédérer une communauté ? 172

Pause inspirante avec Aline Bartoli..... 181

Épisode 7

Monétiser son podcast 183

À partir de quand peut-on penser
à monétiser son podcast ?..... 183

Avant de penser monétisation, créez votre kit média.....184

Générer des revenus grâce au marketing d'affiliation..... 185

Générer des revenus en vendant
ses offres et services 187

Générer des revenus grâce au sponsoring 188

Générer des revenus
grâce aux dons et abonnements191

Générer des revenus en facturant ses invités 191

Générer des revenus avec le merchandising..... 191

Et c'est ainsi que l'on gagne de l'argent
avec un podcast 192

Le point mindset193

Conclusion 201

Merci ! 203

Liste des outils et ressources mentionnés 205

Introduction

Je n'ai jamais rêvé d'être entrepreneure.

À vrai dire j'ai découvert ce métier dans la deuxième partie de ma vingtaine. Avant cela, je me disais que je devais me conformer à ce que la société dictait ; que la question n'était pas de savoir si j'aimais ce que je faisais, mais si j'étais capable de payer mes factures à la fin du mois.

Créer un blog en janvier 2016 m'a ouvert les portes d'un autre monde. Un monde où tout est possible, pour tous. Peu importe qui vous êtes, votre milieu social, vos études, votre caractère ou vos origines : si vous avez quelque chose à partager, alors il y a de la place pour vous.

Aujourd'hui je forme les entrepreneurs à se faire connaître grâce aux outils du web et à vivre pleinement de leur activité. Au cours de ces six années d'activité, j'ai ainsi accompagné plus de 2 700 entrepreneurs, dont plus de 400 à la création d'un podcast. Le lancement de « Build Yourself » en janvier 2019 a été le tournant de ma vie. Initialement, l'idée était de produire un contenu plus vivant qu'un article de blog, un contenu grâce auquel mon audience pourrait me découvrir et où je dévoilerais réellement qui j'étais. Les retombées ont été au-delà de mes espérances. Je me suis positionnée, de manière naturelle, comme experte dans mon domaine. J'ai attiré de nouvelles personnes, construit un lien très fort avec mes auditeurs et, par répercussion, fait grandir mon chiffre d'affaires.

D'un point de vue personnel, le podcasting m'a aidée à sortir de ma bulle. J'étais si réservée et introvertie que je n'osais jamais prendre la parole. On peut dire qu'avec un podcast que j'enregistrais seule dans ma chambre, j'ai fait un premier pas hors de ma zone de confort. Aujourd'hui je suis une personne beaucoup plus ouverte et affirmée, et je ne pense pas que cela aurait été le cas sans mon émission. Je peux affirmer avec certitude que « Build Yourself » a été un élément d'*empowerment* ; qu'il m'a aidée à m'émanciper et à reprendre mon pouvoir.

Dans ce livre, vous découvrirez la feuille de route complète qui m'a permis d'utiliser le podcast comme tremplin marketing pour mon activité. Au fil des chapitres, vous visiterez les coulisses d'un projet de ce type, poserez les bases de votre plan d'action et apprendrez à mettre en place chaque étape nécessaire pour aller au bout de votre projet.

Pour commencer, nous verrons ensemble pourquoi le podcast est un format intéressant et déconstruirons toutes les fausses croyances que vous pouvez avoir sur le sujet. Comme chaque nouveau projet qui se présente, il peut susciter chez vous quelques craintes. Ensuite, vous comprendrez comment l'intégrer concrètement à votre activité. Comment faire en sorte qu'il ne devienne pas une source de stress ou un poids, mais qu'il s'introduise avec délicatesse dans votre quotidien. Puis viendront la création de votre podcast, la construction de votre marque et la mise en ligne de celui-ci. C'est un travail minutieux avant d'attaquer toute la partie dédiée à la promotion de votre émission. Diffuser un podcast est une excellente chose, mais élaborer une stratégie marketing et le faire connaître est la partie la plus croustillante. Nous terminerons donc par tout ce qui est en rapport avec la monétisation afin que vous puissiez le transformer en canal d'acquisition et de conversion vers vos différentes offres.

C'est une nouvelle aventure qui commence pour vous avec cet ouvrage. Vous aurez la possibilité de créer votre propre plateforme pour offrir plus de notoriété à votre entreprise, que vous démarriez tout juste ou que vous soyez déjà en activité depuis un bon moment. Cela dit, n'oubliez pas que lire ce livre jusqu'au bout est une excellente chose ; mais ce qui compte vraiment, c'est de se lancer. Allons-y !

Épisode 1

LE PODCAST, *un tremplin* POUR VOTRE BUSINESS

« JE N'AI PAS LE TEMPS »

Ce sont sûrement des mots que vous prononcez régulièrement. En tout cas, c'est mon cas. J'ai cette sensation, sans arrêt, à la fois que je manque de temps et que bien trop souvent, je l'épuise de manière pas toujours intelligente.

D'ailleurs tout est question de temps. Nous n'en avons jamais assez pour ce qui nous donne vraiment envie. Nous avons des millions de choses à faire chaque jour. Dans une société qui va toujours plus vite, s'octroyer du temps, c'est prendre un risque. C'est utiliser son temps pour une activité, au détriment d'une autre tout aussi importante ou nécessaire. Par exemple, je n'avais pas assez de temps pour faire coïncider mon activité sur le web et mon poste de juriste d'entreprise dans un grand groupe. Mais ce risque, je l'ai pris et il a été payant grâce au podcast.

Je suis devenue entrepreneure fin 2017 après avoir démissionné et, immédiatement, j'ai eu soif d'apprendre, d'enrichir mes connaissances non seulement en marketing mais aussi en développement personnel. Pour m'épanouir à la fois sur le plan professionnel et sur le plan personnel.

L'entrepreneuriat est un choix que l'on fait, et je pense vraiment que c'est une véritable aventure, une expérience de vie. Pour mener à bien cette nouvelle aventure, j'avais besoin d'un support qui me permettrait d'apprendre des choses, de me former, d'être inspirée et d'être divertie, mais pour autant je n'avais pas le temps de lire de longs articles de blog ou de rester fixée devant des vidéos YouTube.

Et c'est en 2018 que j'ai découvert le podcast. « Podcast » : une contraction des mots iPod et Broadcast. C'est un format qui est pratiqué depuis le début des années 2000 mais c'est dans un article de *The Guardian*, en 2004, que le terme a été mentionné pour la première fois. Le podcast est un contenu audio, à l'image d'une émission de radio, mais que l'on peut écouter à tout moment. À la demande.

J'ai écouté mes premiers épisodes de podcast et je suis tombée amoureuse de ce format. J'ai été émerveillée par le fait que je pouvais l'intégrer sans difficulté à ma journée, et que je pouvais écouter des sujets divers et variés. J'ai commencé avec des podcasts sur l'entrepreneuriat, étant donné que je recherchais des conseils pour développer mon activité et pour trouver un équilibre vie professionnelle/vie personnelle. Puis j'ai écouté des podcasts sur les enquêtes criminelles et j'ai poursuivi avec des podcasts sur le développement personnel et sur l'humour. Naturellement, les podcasts ont fait partie de mon quotidien.

Pour autant, rapidement, je me suis rendu compte que le choix était limité en ce qui concerne les podcasts francophones. Très souvent, je me retrouvais à errer sur Apple Podcasts dans l'espoir de tomber sur une pépite que je pourrais *binger*¹.

Jusqu'à ce qu'un jour, sous ma douche, je réalise que je pourrais, moi aussi, lancer un podcast. Cette idée m'a immédiatement enchantée. Elle a également fait naître de nombreux doutes, peurs et fausses idées que l'on verra ensemble dans le chapitre suivant, mais l'idée d'avoir ma propre émission me plaisait beaucoup.

J'étais blogueuse depuis 2016, mais après quelque temps, j'avais perdu l'intérêt pour ce format devenu chronophage, peu vivant et qui ne permettait pas

¹. Ce mot anglais décrit le fait de consommer à la suite une série de contenus du même créateur, que ce soit une série, un film ou un podcast.

l'échange avec les lectrices de mon blog. Je recevais quelques commentaires par-ci par-là, mais rien de concret, rien qui permette d'approfondir et de créer de l'échange avec les gens.

Le podcast semblait donc être le format idéal pour apporter plus de dynamisme à ce que j'avais envie de partager et pour me dévoiler davantage également. J'ai toujours été de ce genre de personne qui aime se fondre dans la masse. Qui n'aime pas être remarquée, prendre la parole en public ou être le centre de l'attention, tout simplement. Et le podcast me permettait de dévoiler qui j'étais, tout en restant dans ma zone de confort et dans ma zone de contrôle.

J'ai donc lancé mon podcast, « Build Yourself », en janvier 2019. Sans plan ni connaissance particulière. Parfois on a besoin d'un 1^{er} janvier pour créer un momentum, cela a été le cas avec mon podcast. J'ai pris une photo que j'aimais beaucoup, sur laquelle j'ai écrit le nom du podcast et qui servirait de vignette. J'ai acheté une musique qui servirait d'habillage pour mon introduction, un micro pour moins de 100 euros qui me permettrait d'avoir une bonne qualité audio... et j'étais prête. J'ai commencé à rédiger mes premiers scripts, sans formation préalable ni ligne directrice. Je me fondais sur ce que j'avais pu remarquer des podcasts que j'écoutais et puis je suis passée à l'enregistrement.

L'idée était de me lancer pour une année et de voir si c'était une bonne idée. Si j'appréciais toutes les étapes de la production et si j'en voyais les retombées sur mon business.

Quand je réécoute les premiers épisodes postés avec mon oreille d'experte, avec toutes les connaissances et l'expérience que j'ai aujourd'hui, je ressens beaucoup de compassion pour la Safia qui s'est lancée à l'aveugle, qui voulait tellement bien faire les choses qu'elle sur-éditait ses pistes audios et passait des après-midis entières à enregistrer un contenu de 20 minutes.

Je me suis lancée avec des actions imparfaites, avec peu de compétences dans le domaine, mais avec beaucoup de volonté et de plaisir. Six mois plus tard, ce podcast que je produisais dans ma chambre dépassait déjà la barre des 100 000 téléchargements. En décembre, je comptabilisais plus de 280 000 écoutes.

Et c'est là que j'ai pris conscience de ce que pouvait apporter ce format, d'un point de vue humain, mais aussi entrepreneurial. J'ai compris que je ne pouvais pas garder tout cela pour moi.

Je recevais plus de messages sur les réseaux sociaux, j'avais de plus en plus d'inscrits à ma newsletter, plus de clients dans mes programmes... Et une connexion plus forte avec mes abonnés et auditeurs. Et ce n'était que le début !

UN FORMAT ADAPTÉ À VOTRE STYLE DE VIE

Prendre en compte votre audience et son style de vie est indispensable pour votre stratégie marketing. Par exemple, si votre cible, ce sont les jeunes mamans, vous savez qu'elles n'auront pas le temps de s'asseoir pour lire un article de blog ou regarder une vidéo YouTube. Une jeune maman a trop de choses à gérer pour se poser plus de cinq minutes. En revanche, elle a tout à fait la possibilité de lancer un podcast et de continuer à vaquer à ses occupations.

C'est l'avantage du podcasting : au lieu d'attendre d'avoir le temps de lire votre contenu, les gens peuvent l'intégrer à leurs tâches et obligations quotidiennes. Vous devenez alors cette petite voix qui va accompagner les pensées et les envies de milliers de potentiels clients au quotidien.

Nous vivons dans une société où nous sommes constamment bombardés d'informations, de notifications et de distractions. Les réseaux sociaux, les e-mails, les messages de notre entourage, nos collègues, clients, enfants... Avec autant de sollicitations, forcément, on ne sait pas toujours où donner de la tête. Et la priorité n'est pas – à juste titre – Internet. De ce fait, on accorde peu de temps au contenu du web. En moyenne nous passons :

- 26 secondes sur une vidéo Instagram¹ ;
- 37 secondes sur un article de blog² ;
- six à sept minutes sur une vidéo YouTube...

La particularité du podcast est que l'on peut le consommer tout en faisant autre chose. On vous écoute en allant au travail, en faisant le ménage ou à la

1. Clifford, Chi, « How long should your videos be? Ideal Lengths for Facebook, Instagram, Twitter, and YouTube », Hubspot.com, avril 2018.

2. SonarQube, « What do you think about this stat? On average, a reader spends 37 seconds reading a blog post », Quora.com.

salle de sport. Donc forcément, en général on consomme la totalité de l'épisode, ou du moins une grande partie. En France, plus de huit épisodes téléchargés sur dix sont écoutés intégralement¹. La création d'un programme audio digital vous assurera donc la transmission de votre message dans sa totalité.

Ainsi, le podcast me permet – et vous permettra – d'aller au bout des choses. De construire un message structuré et donc plus impactant. L'information n'en sera que plus importante. « Podcaster », c'est communiquer, c'est transmettre une réflexion. Une réflexion qui a forcément un début et une fin. C'est traiter un sujet, poser une analyse, porter une opinion et s'installer, à travers l'outil, comme quelqu'un qui impose son axe de réflexion.

PAUSE INSPIRANTE

avec Maude Allais, élève de « Build Your Podcast » et hôte du podcast « S'élever en même temps que son enfant »



Je suis coach pour mamans, je les aide à conjuguer leur souhait d'une parentalité bienveillante avec la réalité du quotidien et le format du podcast matche parfaitement avec la vie d'une maman.

Pour se renseigner sur ce sujet, on va trouver plein de livres, d'articles de blog, de vidéos... Mais en tant que mamans, nous n'avons pas de temps à consacrer à cela. La volonté est là, nous mettons de côté de nombreux livres et enregistrons une multitude d'articles de blog mais nous n'avons jamais le temps de nous poser pour les consulter ! Le format audio est plus pratique et s'adapte au quotidien. C'est un format de contenu informatif qui s'accorde complètement avec ma cible.

Je ne regrette absolument pas ce choix parce que le podcast m'a propulsée en termes de visibilité ; j'avais un blog depuis 2017, le podcast n'a qu'un an et est sans commune mesure... C'est ce qui m'a permis de sortir du lot et je commence à en voir les bénéfices, à tel point que je suis

1. « Les chiffres du podcast », Harrismedia.fr.

en train de lancer ma formation alors qu'avant je ne proposais que des accompagnements.

Pour aller plus loin, j'ai même choisi de créer une formation 100 % audio parce que c'est définitivement le format qui est réclamé et consommé par les parents !

AFFIRMER SON EXPERTISE ET SON AUTORITÉ

N'importe qui peut se prétendre expert dans un domaine. Mais peu de gens font l'effort de le montrer, chaque jour. Lancer un podcast, c'est publier du contenu disponible gratuitement, sur une base régulière pour partager ses connaissances, ses expériences et donc ses victoires mais aussi ses erreurs.

Avec un podcast vous devenez la référence dans votre domaine, vous devenez la personne que l'on va écouter chaque semaine pour apprendre et être inspiré. Vous invitez vos auditeurs à un rendez-vous et, chaque jour, vous attirez de nouvelles personnes. Le rendez-vous devient alors nécessaire et même attendu impatiemment par une partie des auditeurs.

Cela permet également de décrocher de belles opportunités comme des conférences, des collaborations ou, pourquoi pas, la rédaction d'un livre !

Un podcast est un excellent support lorsque vous êtes entrepreneur, puisque les auditeurs qui vous écoutent régulièrement auront beaucoup plus de facilité à travailler avec vous étant donné qu'ils savent de quoi vous êtes capable. Ils vous ont écouté pendant des semaines. Ils s'identifient à vous et à votre travail. La collaboration ou l'acte d'achat est alors rassuré, conforté par le podcast même qui crée ce lien. Ils connaissent votre pédagogie, votre personnalité et votre parcours. Le podcast devient un blason : le blason de la confirmation, de la crédibilité, mais surtout de la motivation. La motivation à travailler, vendre et collaborer directement avec une audience, et ce, en toute transparence et authenticité.

Une maxime en marketing stipule qu'une personne a besoin de voir ou d'interagir au moins sept fois avec une chose avant de l'acheter¹. Cette règle a été développée par l'industrie du cinéma dans les années 1930. Les patrons de studios avaient découvert qu'un certain nombre de publicités et de promotions était nécessaire pour faire en sorte que les gens aillent voir l'un de leurs films. Je pense profondément qu'aujourd'hui, en 2022, ce nombre a doublé. Nous sommes constamment submergés d'informations, de notifications et de distractions. Des réseaux sociaux meurent, d'autres naissent, la presse écrite disparaît. L'ère du *Clickbait*² est à son paroxysme. Si bien que l'information consommée en sept secondes doit elle-même être vérifiée aussitôt.

C'est pour cette raison que diffuser un podcast qui répond aux questions et problèmes de votre client idéal vous permettra de propulser votre business. Pour l'exemple, écouter « Build Yourself » c'est apprendre à me connaître, à m'apprécier et à me faire suffisamment confiance pour investir dans mes produits.

Le côté audio apporte une dimension particulière dans le sens où l'on ne peut pas mentir avec sa voix. On devine immédiatement comment se sent une personne, si elle est enjouée, émue, en colère... La voix apporte beaucoup d'authenticité et de sincérité. Cela, couplé au fait qu'elle est diffusée dans les écouteurs des gens pendant qu'ils courent, cuisinent ou vont au travail, crée une proximité inégalable. On devient une voix familière, une personne qui apporte joie, connaissance, réconfort...

En marketing, on nous enseigne la notion de « *Know, Like, Trust* », donc que les gens achètent chez des personnes qu'ils connaissent, qu'ils apprécient et en qui ils ont confiance. C'est le nerf de la guerre, les trois éléments sur lesquels chaque entrepreneur travaille pour transformer ses visiteurs, lecteurs, auditeurs, abonnés... en clients.

Un podcast, par son format, permet d'assurer les trois en même temps.

1. The Marketing Rule of 7.

2. Désigne généralement une technique de création ou de rédaction publicitaire qui vise à maximiser « abusivement » le nombre de clics enregistrés sur une annonce publicitaire ou une publication sociale quitte à ce que l'annonce ou la publication aient un caractère « déceptif ».

DÉVELOPPER SON RÉSEAU NATURELLEMENT

Il y a tellement de personnes incroyables sur Internet et dans le monde qu'il peut être assez intimidant d'aller vers les gens pour discuter, simplement échanger et créer du lien. Comme cela, de manière spontanée.

Pendant mes premières années d'entrepreneuriat, le temps où j'avais uniquement un blog, personne dans mon entourage ne faisait la même chose que moi. J'avais quelques connaissances sur le web, mais personne avec qui discuter régulièrement. Cela, ajouté au fait que je travaillais à mon domicile, était le cocktail parfait pour m'isoler.

L'une des belles surprises que j'ai eues en lançant un podcast est que les interviews m'ont permis de développer mon réseau de manière simple et naturelle. Quand j'ai décidé d'envoyer des e-mails à froid aux invités de mon émission, je pensais recevoir 15 à 20 % de réponses. Après tout, je n'ai aucun diplôme en podcasting, je ne suis pas la plus « professionnelle » ou la plus douée en technique, mes contenus sont encore imparfaits... J'avais juste cette émission que j'ai lancée pour la première fois dans ma chambre avec un micro à 60 euros. Mais sur tous ceux à qui j'ai envoyé un e-mail depuis le lancement de mon podcast, ce qui doit faire près d'une cinquantaine de personnes, deux seulement m'ont dit non.

Quand vous prenez le temps de produire un podcast avec régularité, détermination et passion, les invités sont ravis d'intervenir. Après tout, c'est une excellente visibilité pour eux et un excellent contenu pour vous à proposer à vos auditeurs. Un contenu que vous n'auriez très probablement pas pu produire sans eux.

Je ne l'aurais jamais deviné, mais le podcasting est devenu l'une des méthodes de réseautage les plus authentiques que j'ai testées. Cela m'a aidée à rencontrer des dizaines de nouvelles personnes formidables et à avoir des conversations toutes très intéressantes. Quand on y pense, je passe entre 30 minutes et 1 heure 30 avec une personne à parler de son parcours, de ses erreurs, de ses victoires, de ses meilleurs apprentissages... On rigole, on échange des histoires dans lesquelles chacun se reconnaît... Il n'y a rien de mieux pour briser la glace et créer un lien en même temps ! Et au-delà du micro, je me suis liée d'amitié avec quelques-uns, j'en ai motivé d'autres à lancer leur propre

podcast et j'ai même lancé des projets, des collaborations avec certains de mes invités de podcast.

Nous ne sommes jamais réellement préparés à toutes les opportunités qui s'offrent à nous grâce au digital.

UN FORMAT COMPATIBLE AVEC LES PERSONNALITÉS INTROVERTIES ET RÉSERVÉES

Ce n'est pas parce que vous optez pour une position d'observateur en société que vous n'avez rien d'intéressant à dire. Je suis de ces personnes indépendantes, solitaires et sur la réserve. Aussi, je n'aime pas spécialement être dans la lumière. Quand j'ai eu envie de mettre un terme au format blogging pour quelque chose de plus dynamique et de plus vivant, je me suis retrouvée face à plusieurs possibilités.

D'abord, lancer une chaîne YouTube. Mais ce n'était pas une option qui me convenait parce que je n'avais pas d'attrait pour la vidéo, et que d'un point de vue logistique, il y a du travail : investir dans du matériel pour avoir une bonne qualité de vidéo, prévoir un éclairage pour les jours où il fait sombre, s'apprêter, etc.

Le podcast a cet avantage de pouvoir être produit n'importe où, n'importe quand. Je pourrais enregistrer mes épisodes de podcast un mardi à 23 h en pyjama, personne ne le saurait. Je dois avouer que le fait de n'avoir pas besoin d'un grand temps de préparation pour transmettre mon message est un avantage qui me plaît beaucoup. Ce qui compte, c'est préparer ma voix et garder une bouteille d'eau à proximité pour minimiser les bruits de bouche.

Donc si vous êtes le genre de personne qui souhaite rester anonyme ou qui n'est tout simplement pas attirée par (ou à l'aise avec) la vidéo, le podcast est le format idéal pour transmettre toutes vos réflexions de manière vivante.

UN TREMLIN DE VISIBILITÉ

« Les gens qui écoutent des podcasts écoutent des podcasts. » C'est une phrase que vous lirez à plusieurs reprises dans ce livre et qui fait tout son sens. Les gens qui écoutent des podcasts ne lisent pas forcément d'articles

de blog, ne regardent pas forcément de vidéo YouTube, et ne sont pas forcément sur les réseaux sociaux. C'est une activité à part entière.

Lancer un podcast, c'est vous offrir la possibilité de vous faire connaître auprès d'une toute nouvelle audience. Une audience de personnes peut-être à la recherche d'un contenu comme le vôtre... Le public qui affectionne les podcasts est plutôt jeune (entre 15 et 34 ans), urbain et ce sont plutôt des cadres. Les parents sont aussi prescripteurs pour leurs enfants. En effet, 68 % des parents font écouter des podcasts à leurs enfants¹.

Médiamétrie estime qu'il y a eu 15 millions d'écoutes de podcasts par mois en 2021, c'est 20 % de plus qu'en 2020. Une statistique qui sera toujours plus croissante en 2022, tant le podcasting se démocratise et tend vers un modèle américain. Si vous doutiez de la popularité du podcast, ce n'est plus le cas. Je pense très sincèrement qu'avec cette explosion et le fait que ce format s'invite dans le foyer de plus en plus de Français, c'est pour vous, entrepreneur, l'occasion d'apporter votre pierre à l'édifice. L'occasion de faire connaître vos idées, vos business, vos produits. Mais le faire avec envie et dans cette sincérité propre au format.

Je dirai pour clore cette partie que lancer un podcast vous donne l'opportunité de développer vos connaissances sur votre propre sujet. Si vous lancez un podcast sur une thématique en particulier, c'est sans doute parce que vous avez un attrait pour elle. Donc forcément, pour faire en sorte de toujours produire le meilleur contenu possible, vous serez constamment en train de faire de la veille et d'effectuer des recherches. Que vous prépariez des épisodes en solo ou que vous interviewiez des invités, vous élargirez ainsi votre propre perspective et vos connaissances. Ce qui renforcera votre position d'expert dans votre domaine.

LES COMPÉTENCES DÉVELOPPÉES PAR LE PODCASTING

Le podcasting a une capacité spéciale à développer votre entreprise, fédérer une communauté, accroître votre réseau et impacter très positivement l'image de votre marque. Mais il vous permet également d'amplifier vos compétences et d'en acquérir d'autres.

¹. Sutton, Elizabeth, « Les podcasts en France en 2021 – Chiffres clés », IDBoox.com, 13 janvier 2022.

Improviser et suivre son flow

Gérer un podcast, c'est apporter plus de liberté à sa création de contenu. Lors de l'enregistrement de vos épisodes vous aurez la possibilité de rédiger un script, ou pas. De prévoir les questions que vous poserez à vos invités, ou de vous laisser guider au fil de la discussion. C'est **votre** émission, ce qui signifie que vous pouvez vous autoriser à tester régulièrement de nouvelles choses !

Alors certes, cela peut sembler inconfortable et peut-être que vous n'allez pas expérimenter dès vos premiers épisodes, mais plus vous prendrez confiance et oserez, plus il sera facile de reconnaître une opportunité de sortir des sentiers où l'on vous attend.

En outre, un podcast peut être la plateforme idéale pour s'initier à la prise de parole en public, s'entraîner à modérer ou à être plus à l'aise pour présenter un projet ou une idée. Vous découvrirez mon parcours et ma personnalité au fil de votre lecture, mais le podcast est ce qui m'a aidée à m'ouvrir aux autres, à m'affirmer davantage et oser prendre la parole sur des sujets qui me tiennent à cœur. C'est « Build Yourself » qui m'a aidée à sortir de ma bulle et à organiser des workshops et masterclass.

Alors si vous êtes une personne introvertie ou réservée qui souhaite davantage se montrer et s'affirmer, le podcast facilitera la chose de manière très naturelle !

Réaliser un pitch

Le pitch est un exercice de communication à la fois court et impactant qui va vous aider à faire une présentation efficace et percutante d'un projet, dans le but de convaincre. On l'appelle d'ailleurs généralement *Elevator Pitch*, parce qu'il doit permettre de convaincre son interlocuteur le temps d'un trajet en ascenseur.

Le podcast étant un format audio, il vous aidera à transmettre rapidement vos idées

**« L'IDÉE DU PITCH,
C'EST DE SAISIR
LES OPPORTUNITÉS
DE PRÉSENTER SON PROJET
POUR MARQUER LES ESPRITS
ET DONNER ENVIE
D'EN SAVOIR PLUS. »**

MON-PITCH.COM

Faites-vous entendre avec le podcasting...



Moi, Safia, jeune entrepreneuse du web, j'ai trouvé à travers le podcast une nouvelle manière de construire ma marque et de marketer mes offres. Lancer ma propre émission m'a permis de me positionner comme experte, de démultiplier mon chiffre d'affaires et de créer un réseau solide.

Dans ce guide, je partage avec vous mes méthodes pour asseoir votre position d'entrepreneur, faire entendre votre voix de chef d'entreprise et faire décoller votre business grâce au podcast.

Au programme de cette lecture :

- Comment conceptualiser un podcast autour de votre idée de business ?
- Comment tirer profit de toutes les opportunités qu'offre le format audio ?
- Comment intégrer différentes stratégies marketing pour faire vivre et promouvoir son entreprise avec le podcast ?
- Comment générer des revenus grâce au podcasting ?

... FAITES RAYONNER VOTRE ENTREPRISE !

Safia Gourari est cheffe d'entreprise et une créatrice de contenu ayant développé une activité et une communauté autour du podcasting. Aujourd'hui à la tête de plusieurs podcasts comme « Build Yourself » ou « Il était un crime », la jeune entrepreneuse a su créer un réel empire managérial et de marketing d'influence à travers la création de plusieurs formations en ligne.