

SPRINGCAST GUIDES

20 idéer og formater til virksomhedspodcasts

Et praktisk udgangspunkt for interne og
eksterne podcasts


springcast.io

I DENNE GUIDE

- 01 **Begynd med din målgruppe**

- 02 **Ti idéer til virksomhedspodcasts**

- 03 **Syv podcastformater**

- 04 **Tre podcasttyper**

- 05 **Byg din podcast med Springcast**

Begynd med din målgruppe

Før du starter en podcast, skal du beslutte, hvem du vil nå, og hvad du vil fortælle. Vælg derefter et format: den struktur, du bruger til at fortælle historien. Denne guide samler ti idéer til virksomhedspodcasts, syv formater og tre podcasttyper. Kombinér de muligheder, der passer til din organisation og dine lyttere.

Vælg format efter budskabet

Med lyd kan du lytte uden at se på en skærm. Det kan passe til en samtale, en forklaring eller en personlig historie. Ikke alle emner egner sig til en podcast. Bevar visuelle instruktioner og materiale, der kræver grundig læsning, i et format, der passer til opgaven.

Ti idéer til virksomhedspodcasts

Idé 1: Undersøg idéer og perspektiver på nye udviklinger

I denne podcast kan du undersøge nye idéer inden for et fagområde eller diskutere, hvad aktuelle udviklinger kan betyde for fremtiden. Invitér eksperter til en samtale, eller forklar det, der sker. Formatet kan passe til vidensorganisationer, nonprofitorganisationer og offentlige institutioner.

Idéer, du kan bruge

- Diskutér udviklingen på markedet
- Undersøg nye opfindelser eller koncepter
- Diskutér betydningen af innovation
- Debatter nye regler, love eller bestemmelser
- Del aktuelle nyheder og udviklinger

Idé 2: Giv kunderne ny viden

Marketing handler blandt andet om at skabe kendskab og hjælpe relevante potentielle kunder videre i deres købsproces. Ikke alle er klar til at købe. Indhold kan hjælpe dem med at forstå deres behov og muligheder. En lærerig podcast om dit fagområde eller produkt kan støtte den proces.

Idéer, du kan bruge

- Gennemgå cases
- Del viden og erfaringer
- Interview eksperter
- Interview kunder om deres erfaringer
- Del nye indsigter

Idé 3: Opdatér og inddrag interessenter

En podcast giver interessenter mulighed for at høre menneskene bag en strategi eller beslutning. Brug samtalen til at forklare sammenhængen, stille opfølgende spørgsmål og få nuancerne med. Bevar den skriftlige rapport eller præsentation til tal og detaljer, som lytterne vil kunne slå op.

Idéer, du kan bruge

- Præsenter årsrapporten
- Interview ledelsen om strategien
- Del nyt om strategiske projekter
- Besvar spørgsmål om virksomhedens udvikling

Idé 4: Vis arbejdspladsen gennem employer branding

Når du vil tiltrække nye medarbejdere, kan du fortælle mere end det, der står i stillingsopslaget. Tag potentielle kandidater med ind i virksomhedens mission, vision og mål. En podcast kan også give et indblik i hverdagen og menneskene i organisationen.

Idéer, du kan bruge

- Interview ledelsen om mission og vision
- Lav en dokumentarserie om organisationen
- Byg en serie op omkring en virkelig eller fiktiv case
- Interview medarbejdere om projekter og arbejdsopgaver

Idé 5: Skab opmærksomhed gennem oplysning

Vil du gøre en målgruppe opmærksom på et samfundsproblem eller en forandring, du vil bidrage til? Eller vil du forklare et emne omkring et produkt eller en tjeneste? En oplysende podcast kan støtte det mål gennem historier, ekspertinterviews og debatter.

Idéer, du kan bruge

- Interview fagfolk eller mennesker med egne erfaringer
- Oplys gennem konkrete historier
- Hold en debat, og undersøg forskellige perspektiver

Idé 6: Gør ledelsen nærværende internt

En intern ledelsespodcast kan give kolleger baggrund for en forandring, en omorganisering eller en ny leder. Lad lederen forklare valg, besvare spørgsmål og fortælle, hvad der sker fremover. Værdien ligger i den konkrete og åbne samtale, ikke i formatet alene.

Idéer, du kan bruge

- Interview en ny leder om vedkommendes baggrund
- Tal med ledelsen om fremtiden
- Gennemfør en personlig samtale med en leder
- Lav en reportage fra en intern rundtur

Idé 7: Fortæl om organisationens samfundsformål

Organisationens samfundsformål kan give stof til en podcast. Køber du for eksempel ind hos lokale leverandører med fokus på bæredygtighed? Fortæl deres historie, og vis, hvad samarbejdet betyder. Del nyt om projekter, sponsorater eller donationer.

Idéer, du kan bruge

- Fortæl om aktuelle samfundsprojekter
- Forklar missionen, så målgruppen kan følge med
- Hold en rundbordssamtale om et emne
- Del dokumenterede resultater af indsatsen

Idé 8: Hjælp nye medarbejdere i gang

„Det finder du nok ud af“ giver ikke en ny kollega meget retning på den første arbejdsdag. En podcast kan støtte introduktionen til arbejdspladsen. Lav episoder om mission, vision, kultur, ledelse, organisationens mål og produktudbud.

Idéer, du kan bruge

- Lav en serie om kerneværdier
- Fortæl organisationens historie
- Lad ledelsen forklare mission og vision
- Lav en serie om produkter og tjenester

Idé 9: Brug podcasten til intern læring

En læringspodcast kan forklare et emne gennem eksempler, samtaler eller en struktureret lektion. Overvej den til ledertræning, produkttræning eller som supplement til sikkerhedsinstruktion. Vælg lyd til materiale, der giver mening uden billeder. Tilføj en praktisk demonstration eller prøve, når opgaven kræver det.

Idéer, du kan bruge

- En serie om sikkerhedsinstruktioner
- En podcast om relevant ny lovgivning
- Et ledertræningsforløb for trainees
- Et coachingforløb for ledere

Idé 10: Gør et arrangement til lyd

Gør nyttige dele af et arrangement tilgængelige som lyd, så du kan lytte igen uden at se på en skærm. Et oplæg, en diskussion eller et interview kan blive til en episode, hvis det også giver mening uden slides. Tilpas henvisninger til billeder, og forklar den sammenhæng, optagelsen mangler.

Idéer, du kan bruge

- Optag pressemøder, så de kan høres senere
- Lav en serie bag kulisserne på arrangementet
- Udgiv præsentationer som podcast

- Tal med gæster og oplægsholdere om arrangementet

Syv podcastformater

Et format er podcastens struktur. Vælg det ud fra indholdet, deltagerne og den produktionskapacitet, du har til rådighed.

Interviewet

Interviewet er et velkendt podcastformat. Strukturen er enkel: en vært, eventuelt en medvært, og en gæst, der bliver interviewet. Formen kendes også fra radio og tv.

Du kan muligvis nå mennesker i gæstens netværk ud over dine egne følgere. Det giver en mulighed for at møde en ny målgruppe og få flere til at opdage podcasten.

Formatet stiller også krav til både teknik og mennesker. Gæstens energi og evne til at formulere sig påvirker episoden. Ved fjerninterviews skal du desuden have styr på optagelsen i begge ender.

Fordele

- Mulighed for at nå gæstens netværk
- Variation i indhold og dynamik
- Et bredere perspektiv end værtens alene
- Mulighed for at opbygge relationer
- Kan også optages som fjerninterview

Udfordringer

- Det kan være svært at finde gæster
- Kræver planlægning og research
- Spørgsmålene skal forberedes
- Begrænset indflydelse på gæstens udstyr
- Gæsten har stor betydning for episodens kvalitet

Den åbne samtale

En åben samtale er en diskussion mellem flere mennesker, som bliver optaget. Den følger typisk et naturligt samtaleforløb frem for et fast manuskript.

Podcasten kan have et bestemt tema eller behandle brede emner som samfund, aktualitet og nyheder.

Det kan være svært at starte med dette format, hvis du endnu ikke har et publikum. Lytteren skal kunne forstå, hvorfor samtalen er værd at bruge tid på. Klare perspektiver og genkendelige deltagere hjælper med at gøre den forventning tydelig.

Fordele

- Enkel planlægning
- Fleksibel opbygning
- Plads til spontane udvekslinger
- Variation gennem samtalen mellem deltagerne

Udfordringer

- Værdien for lytteren skal forklares tydeligt
- Det kan være svært at få fodfæste i begyndelsen
- Et fast publikum kræver noget særligt at vende tilbage til

Solopodcasten

En solopodcast kan gøre planlægning og produktion enklere, men stiller krav til værten, som er den eneste, der taler. Kvaliteten afhænger i høj grad af evnen til at forklare sig klart.

Nogle solopcasts følger et færdigt manuskript. I andre taler værten mere frit om et emne. Du behøver ikke at koordinere optagelsen med en gæst og har selv kontrol over processen.

Den samme stemme kan blive ensformig over længere tid. Det kan også være svært at holde energien uden samspil med andre.

Fordele

- Enkel planlægning
- Færre stemmer at koordinere i redigeringen

- Kontrol over optageprocessen
- Fleksibelt valg af optagested

Udfordringer

- Det kan være svært at holde energien
- Indholdet kan blive ensidigt
- Variation kræver bevidste valg
- Værten skal selv fastholde interessen

Panelet

I en panelpodcast interviewer en vært flere gæster om et emne, ofte aktualitet eller nyheder. Deltagerne kan skifte fra episode til episode.

Panelet giver plads til flere perspektiver. Gæsterne bidrager med indholdet, mens værten styrer spørgsmålene og holder samtalen på sporet. Regelmæssige episoder kræver en pulje af mulige gæster.

Du kan muligvis også få glæde af gæsternes netværk. Til gengæld skal du finde og koordinere flere deltagere til hver optagelse.

Fordele

- Mange mulige emner
- Indholdet bæres af flere deltagere
- Flere perspektiver på samme emne
- Forskellige standpunkter bliver hørt
- Mulighed for et levende samspil

Udfordringer

- Kræver en pulje af mulige gæster
- Det kan være krævende at sammensætte panelet hver gang
- Diskussionen kan blive lang eller bevæge sig væk fra emnet

Masterclassen

En masterclass er en læringspodcast, der skal formidle viden. Den kan sammenlignes med et onlinekursus uden video.

Seriens opbygning er vigtig. Tag udgangspunkt i det, lytteren allerede ved, og den opgave, vedkommende skal kunne løse.

Eksisterende video, tekst eller undervisningsmateriale kan være et udgangspunkt. Tilpas det til lyd: forklar visuelle henvisninger, brug konkrete eksempler, og gør rækkefølgen tydelig.

Læringspodcasts kan støtte onboarding, træning og coaching. Vælg en særskilt demonstration, øvelse eller prøve, når lytning alene ikke viser, om en færdighed er lært.

Fordele

- Undervisningsmaterialet findes måske allerede
- Du behøver ikke at filme
- Lytteren kan lære under for eksempel transport
- Plads til længere forklaringer
- Kan også bruges til coaching

Udfordringer

- Kræver en klar opbygning
- Tørt stof kan blive kedeligt
- Forklaringen skal fungere uden billeder

Optagelser fra arrangementer

Et arrangement kan levere materiale til en podcast: et oplæg, en samtale med en taler eller en reportage fra gulvet. Vælg indhold, der fungerer som lyd, og sørg for tilladelse til at optage og distribuere det.

Både deltagere og mennesker, der gik glip af arrangementet, kan lytte på et tidspunkt, der passer dem. Forklar henvisninger til billeder, så optagelsen også giver mening for den, der ikke var i lokalet.

Lydkvaliteten er vigtig. Sørg for en egnet optageløsning og en person, der kan holde øje med lyden under arrangementet.

Fordele

- Eksisterende oplæg giver kildemateriale
- Optagelsen kan høres igen

- Mennesker, der ikke deltog, kan lytte med bagefter
- Atmosfæren fra arrangementet kan indgå i optagelsen

Udfordringer

- Teknikken skal fungere på stedet
- Værten skal forklare henvisninger til slides
- Publikum og udstyr kan skabe forstyrrende baggrundsstøj
- Store lokaler kan give rumklang

Reportagen

En reportage fortæller om en begivenhed, et arrangement eller en nyhed. Flere relevante lydclip bliver bundet sammen af en speak. Det kan for eksempel være et indblik i et arrangement eller en analyse af udviklingen i en branche.

Interview deltagere, eller undersøg emnet med eksperter. Kombinér samtalerne med lyd fra begivenheden, og brug speak til at skabe sammenhæng.

Formatet kræver meget af tilrettelæggelsen. Beslut, hvilken historie du vil fortælle, før du optager. Så ved du, hvilke clip du skal samle. Skriv først den endelige speak, når du har valgt lydklippene, så tekst og lyd fortæller den samme historie.

Fordele

- Variation mellem lydclip og speak
- Egnet til at forklare nye udviklinger
- Plads til analyse og ekspertbidrag
- Kan også bruges til intern kommunikation

Udfordringer

- Stiller krav til vært og produktionsteam
- Mere arbejde i efterproduktionen
- Kræver forberedelse for at sikre et korrekt og sammenhængende forløb

Tre podcasttyper

Spørg, hvem podcasten er til, og hvordan lytterne skal få adgang. Offentlig eller privat er et valg om distribution. En shortcast beskriver længde og fokus. Valgene kan kombineres.

Den offentlige podcast

Denne podcast er offentligt tilgængelig. Du kan finde offentlige podcasts i apps som Spotify og Apple Podcasts. Længden afhænger af det valgte format.

Det er podcasten til dem, du vil knytte til din organisation eller historie: mulige nye medarbejdere, investorer, interessenter og kunder. Vælg emne og format efter det, du vil fortælle, og det, publikum har brug for.

Fordele

- Indholdet er offentligt tilgængeligt
- En kanal til at dele organisationens historier
- Mange muligheder for emner og formater

Udfordringer

- Du kan ikke bruge kanalen til fortroligt indhold
- Du styrer ikke, hvem der lytter

Den private podcast

En privat podcast er til en afgrænset målgruppe, for eksempel medarbejdere, medlemmer eller et projektteam. Tilpas adgangsmodellen til indholdets følsomhed, og aftal, hvem der administrerer adgangen.

Intern kommunikation behøver ikke altid at være privat. En offentligt udgivet episode om organisationen kan også være relevant for kommende medarbejdere eller andre interessenter. Tag beslutningen om offentliggørelse bevidst.

Et skjult link er ikke adgangskontrol: det kan videresendes. Personlige feedlinks kan også deles, og downloadede episoder kan forblive tilgængelige. Ved fortroligt indhold skal du kontrollere den valgte kanals muligheder for autentificering og brugeradministration.

Fordele

- En kanal til en afgrænset målgruppe
- Adgang kan administreres efter den valgte autentificeringsmodel
- Egnet til opdateringer, der ikke hører til i en offentlig podcastoversigt

Udfordringer

- Beslut, hvem der skal have adgang, og hvem der vedligeholder den
- Gennemgå adgang, når mennesker starter, skifter rolle eller stopper
- Delte links og downloadede kopier er fortsat relevante begrænsninger

Shortcasten

En shortcast er en kort episode med ét budskab. Den beskriver længde og fokus frem for et særskilt produktionsformat. Du kan bruge flere af formaterne i denne guide.

En solooptagelse er én mulighed. Et kort interview, en reportage eller en masterclass kan også fungere. En reportage kan samle klip til en kort nyhedsopdatering, mens en masterclass kan forklare ét begreb eller én opgave.

Brug et manuskript eller en stram disposition. Kort betyder ikke automatisk lidt forberedelse. Det kræver arbejde at vælge fra og forklare klart.

Fordele

- Ét fokuseret budskab til lytteren
- Passer til en kort opdatering
- Kan bruge forskellige produktionsformater

Udfordringer

- Fjern materiale, der ikke tjener budskabet
- Hold en tydelig struktur
- Undgå at skynde dig gennem forklaringen

Byg din podcast med Springcast

Springcast samler podcasthosting, analytics og distribution for organisationer og creators. Vælg en opsætning, der passer til din målgruppe, dine adgangskrav og din arbejdsgang.

Vores applikationer kører i Holland, Tyskland og Finland.

Efter anmodning guider en compliance officer dit team gennem sikkerhedsspørgeskemaerne.

DIT NÆSTE SKRIDT

Find den rette opsætning

Tal med Springcast om din podcast og organisationens behov.

Book en samtale ↗