

SPRINGCAST GIDSEN

20 zakelijke podcastideeën & formats

Een praktisch startpunt voor interne en
externe podcasts


springcast.io

IN DEZE GIDS

- 01 **Begin bij je doelgroep**

- 02 **Tien zakelijke podcastideeën**

- 03 **Zeven podcastformats**

- 04 **Drie podcasttypen**

- 05 **Bouw je podcast met Springcast**

Begin bij je doelgroep

Bepaal voordat je een podcast begint wie je wilt bereiken en wat je wilt vertellen. Kies daarna een format: de structuur waarin je het verhaal vertelt. Deze gids bundelt tien zakelijke ideeën, zeven formats en drie podcasttypen. Combineer de opties die passen bij je organisatie en je luisteraars.

Kies de vorm bij de boodschap

Audio laat mensen luisteren zonder naar een scherm te kijken. Dat kan passen bij een gesprek, uitleg of persoonlijk verhaal. Niet ieder onderwerp leent zich voor een podcast: bied visuele instructies en materiaal dat nauwkeurig gelezen moet worden aan in een vorm die bij die taak past.

Tien zakelijke podcastideeën

Idee 1: Verken ideeën en filosofer over ontwikkelingen

Een podcast waarin je nieuwe ideeën binnen een bepaald domein verkent of waar je filosofeert over wat de impact van de laatste ontwikkelingen op de toekomst is. Je kunt in gesprek gaan met experts of de laatste ontwikkelingen toelichten. Deze podcast past goed bij kennisorganisaties, non-profits en overheden.

Ideeën om te gebruiken

- Bespreek marktontwikkelingen
- Filosofer over nieuwe innovaties
- Discussieer over de impact van innovaties
- Debatteer over nieuwe regels & wetten
- Deel de laatste nieuwtjes & ontwikkelingen

Idee 2: De 'educate your customer' podcast

Marketing draait vooral om awareness creëren en de juiste potentiële klanten verder te helpen in de customer journey. Niet iedereen is direct 'ready to buy' en daarom is het in veel gevallen nodig om je klant daarin op weg te helpen. Veelal

met behulp van content. Een educatieve podcast over jouw vak of product kan uitkomst bieden.

Ideeën om te gebruiken

- Behandel case studies
- Deel kennis en ervaring
- Interview experts
- Interview klanten over hun ervaringen
- Deel de nieuwste inzichten

Idee 3: Stakeholder engagement en updates

In een podcast horen stakeholders de mensen achter een strategie of besluit. Gebruik het gesprek om context te geven, door te vragen en nuance aan te brengen. Houd het geschreven verslag of de presentatie beschikbaar voor cijfers en details die luisteraars willen opzoeken.

Ideeën om te gebruiken

- Presenteer het jaarverslag
- Interview de leiding over de strategie
- Deel updates over strategische projecten
- Vraag & antwoord-sessie over bedrijfsupdates

Idee 4: De 'employer branding' podcast

Laat potentiële kandidaten horen wat de missie, visie en doelen van je bedrijf zijn. Geef ze een beeld van de werkplek via de mensen die er werken. Een podcast kan die kennismaking ondersteunen met gesprekken over projecten, functies en dagelijkse keuzes.

Ideeën om te gebruiken

- Interview de leiding over missie en visie
- Maak een documentaireserie over de organisatie
- Maak een serie over een (fictieve) case
- Interview medewerkers (over projecten, functie, etc)

Idee 5: De 'awareness door voorlichting' podcast

Wil je awareness creëren onder een bepaalde doelgroep en mensen bewust maken van bijvoorbeeld een maatschappelijk probleem of een grote verandering (movement) die je teweeg wilt brengen? Of wil je awareness creëren rondom een product of dienst? Een voorlichtingspodcast kan daarbij helpen. Door verhalen te delen, experts te interviewen of te debatteren.

Ideeën om te gebruiken

- Interview ervaringsdeskundigen en experts over het onderwerp
- Geef voorlichting door verhalen te delen
- Voer een debat en verken verschillende perspectieven.

Idee 6: De 'internal leadership branding' podcast

Een interne leiderschapspodcast kan collega's context geven bij een verandering, reorganisatie of nieuwe leidinggevende. Laat de leidinggevende keuzes toelichten, vragen beantwoorden en uitleggen wat er gaat gebeuren. De waarde zit in het concrete en open gesprek, niet alleen in de vorm.

Ideeën om te gebruiken

- Interview de nieuwe leider over zijn/haar achtergrond
- Ga in gesprek met de leiding over de toekomst
- Voer een persoonlijk gesprek met de nieuwe leider
- Maak een verslag van de interne roadshow

Idee 7: De 'purpose update' podcast

Het maatschappelijke doel van je organisatie kan materiaal voor een podcast opleveren. Daarom is het een mooie kans om hier een podcast over te maken. Koop je duurzaam in bij lokale leveranciers? Deel hun verhaal en laat zien wat de impact van de samenwerking is. Geef updates over recente projecten, sponsoring of donaties.

Ideeën om te gebruiken

- Updates over recente maatschappelijke projecten
- Neem mensen mee in de missie door voorlichting
- Organiseer een rondetafelgesprek rondom een onderwerp

- Deel onderbouwde feiten en cijfers over jullie positieve impact

Idee 8: De 'employee onboarding' podcast

Kun je je nog herinneren dat iemand op je eerste werkdag zoiets zei als 'kijk maar even rond op het intranet'? Dat geeft een nieuwe collega weinig houvast. Een podcast leent zich uitstekend voor het onboarden van nieuw personeel. Je kunt afleveringen maken over de missie/visie, maar ook over de cultuur, de leiding, de doelen van de organisatie, het productaanbod en meer van dit soort onderwerpen.

Ideeën om te gebruiken

- Maak een serie over kernwaarden
- Vertel over de geschiedenis van de organisatie
- Laat de leiding vertellen over de missie/visie
- Maak een serie over producten, diensten, etc.

Idee 9: De '(interne) educatieve' podcast

Een educatieve podcast kan een onderwerp uitleggen met voorbeelden, gesprekken of een gestructureerde les. Denk aan managementtraining, producttraining of een aanvulling op veiligheidsinstructies. Kies audio voor materiaal dat zonder beeld te begrijpen is. Bied een praktische demonstratie of toets apart aan wanneer de taak daarom vraagt.

Ideeën om te gebruiken

- Een serie over veiligheidsinstructies
- Een podcast over relevante nieuwe wetgeving
- Een managementtraining voor trainees
- Een coachingsprogramma voor managers

Idee 10: De 'event recording' podcast

Maak bruikbare onderdelen van een evenement beschikbaar als audio, zodat mensen kunnen terugluisteren zonder naar een scherm te kijken. Een keynote, discussie of interview kan een aflevering worden als die ook zonder slides te begrijpen is. Pas verwijzingen naar beeld aan en voeg ontbrekende context toe.

Ideeën om te gebruiken

- Neem persconferenties op voor op verzoek luisteren
- Maak een 'behind the scenes'-serie van je event
- Maak de presentaties ook als podcast beschikbaar
- Reflecteer met gasten en sprekers op het event

Zeven podcastformats

Een format is de structuur van je podcast. Kies het op basis van de inhoud, de mensen die meedoen en de beschikbare productiecapaciteit.

Het interview

Het interview is een vertrouwd podcastformat. Het format is simpel. Je hebt een host, eventueel een co-host en een gast die geïnterviewd wordt. Dit format stamt af van de traditionele radio- en televisieprogramma's.

Naast je eigen volgers kun je mogelijk ook mensen uit het netwerk van je gast bereiken. Hierdoor boor je mogelijk een nieuwe doelgroep aan met potentiële volgers voor je podcast.

De vorm creëert echter wel de nodige uitdagingen, want je hebt te maken met techniek en mensen. De energie van je gast en zijn capaciteit om zich goed uit te drukken, bepaalt de kwaliteit. Doe je een remote interview, dan kan de technologie ook nog weleens een uitdaging zijn.

Voordelen

- Kans om het netwerk van je gast te bereiken
- Meer variatie qua inhoud en dynamiek
- Breder perspectief (dan alleen host)
- Goed voor je netwerk
- Leent zich ook goed voor remote interviews

Uitdagingen

- Gasten vinden kan lastig zijn
- Het vereist planning
- Het vereist voorbereiding
- Beperkte invloed op apparatuur van gast

- Kwaliteit van de gast bepaalt kwaliteit aflevering

Het open gesprek

Het open gesprek is feitelijk een gesprek tussen twee of meerdere mensen met een microfoon om het gesprek vast te leggen. Het is doorgaans een open gesprek zonder vast format.

Deze podcasts zijn gericht op een bepaald thema, of behandelen brede onderwerpen, zoals (maatschappelijke) actualiteiten en/of nieuws.

Dit type podcast kan lastig zijn van de grond te krijgen als je nog geen of weinig volgers hebt. Als luisteraar is het namelijk moeilijker om te bepalen of dit een podcast is waar je tijd aan wilt besteden. Naarmate je bereik echter toeneemt, is dit een format dat potentieel leidt tot een mainstream podcast.

Voordelen

- Eenvoudig te plannen
- Flexibele opzet
- Ruimte voor spontane uitwisseling
- Lekkere dynamiek door het persoonlijke karakter

Uitdagingen

- Lastig uit te leggen waarom mensen moeten luisteren
- Moeilijker om tractie te krijgen in het begin
- Zonder authentieke standpunten lastig om vast publiek te creëren

De solopodcast

Een solopodcast kan productie en planning eenvoudiger maken, maar vraagt veel van de host. Want de host is de enige die praat in de podcast. Dit betekent dat de kwaliteit valt of staat met zijn of haar kwaliteit om zichzelf goed uit te drukken.

Soms zijn deze podcasts scripted (uitgeschreven in script en voorgelezen) en soms praat de host gedurende de hele aflevering over een bepaald onderwerp.

Het grote voordeel van dit soort podcasts is dat je met niemand rekening hoeft te houden in het proces. Je hebt alles zelf onder controle.

Een potentieel nadeel is dat het snel saai kan worden als je een uur moet luisteren naar dezelfde stem. Bovendien kan het uitdagend zijn om als host je energie hoog te houden als er geen interactie met anderen is.

Voordelen

- Eenvoudig te plannen
- Minder stemmen om bij de montage af te stemmen
- Controle over het opnameproces
- Flexibele opnamelocatie

Uitdagingen

- Energie hoog houden kan lastig zijn
- Moeilijker om boeiend te houden
- Content kan te eenzijdig worden
- Moeilijker om er dynamiek in te houden

Het panel

Een panelpodcast is een podcast waarbij (meestal) één host meerdere gasten interviewt over een onderwerp. Vaak gaat dat over actualiteiten en nieuws. Iedere show heeft andere gasten.

Een panel brengt verschillende perspectieven samen. De gasten leveren de inhoud; de host bewaakt de vragen en de lijn van het gesprek. Daar staat tegenover dat je een behoorlijke poule van potentiële gasten moet hebben als je op regelmatige basis afleveringen wilt opnemen.

Ook met deze vorm van podcasts profiteer je mogelijk van het bereik van je gasten. Echter, met dit soort podcasts wordt het vinden van gasten verheven tot topsport. Doorgaans moet je er meerdere per aflevering weten te strikken.

Voordelen

- Doorgaans voldoende onderwerpen
- Leunt minder zwaar op de host
- Meerdere zienswijzen in de show
- Maakt verschillende standpunten hoorbaar
- Kan fijne dynamiek hebben

Uitdagingen

- Een grote poule van gasten nodig
- Steeds het panel vullen kan een opgave zijn
- Discussies en gesprekken kunnen makkelijk te lang worden of off-topic raken

De masterclass

De masterclass is in feite een educatieve podcast, met als doel iemand kennis bij te brengen. Je kunt het vergelijken met een online training, maar dan zonder video.

Bij dit type podcast is een goed uitgedachte serie essentieel. Bouw de lessen op vanuit het kennisniveau van de luisteraar en de taak die diegene moet kunnen uitvoeren.

Bestaande video's, teksten of trainingsmaterialen kunnen een startpunt zijn. Pas ze aan voor luisteren: leg verwijzingen naar beeld uit, gebruik concrete voorbeelden en maak de volgorde duidelijk.

Educatieve podcasts kunnen onboarding, training en coaching ondersteunen. Kies een aparte demonstratie, oefening of toets waar alleen luisteren geen bewijs van vaardigheid oplevert.

Voordelen

- Trainingsmateriaal is vaak al aanwezig
- Filmen is niet nodig
- Luisteraars kunnen leren tijdens reistijd, sport, etc.
- Podcasts lenen zich goed voor langere inhoud
- Ook geschikt voor coaching

Uitdagingen

- Een goede opbouw is essentieel
- Droge stof kan al snel saai worden
- Controleer of de uitleg zonder beeld werkt

Evenementopnames

Een evenement kan materiaal voor een podcast opleveren: een presentatie, een gesprek met een spreker of een verslag vanaf de beursvloer. Kies inhoud die als audio werkt en regel toestemming om op te nemen en te verspreiden.

Zowel aanwezigen als mensen die het evenement misten, kunnen op een geschikt moment terugluisteren. Leg verwijzingen naar beeld uit, zodat de opname ook werkt voor iemand die er niet bij was.

Geluidskwaliteit is belangrijk. Regel een geschikte opnameopstelling en iemand die het geluid tijdens het evenement bewaakt.

Voordelen

- Bestaande presentaties als bronmateriaal
- De opname kan opnieuw beluisterd worden
- Fantastisch medium voor afwezigen die willen terugluisteren
- Vaak natuurlijke dynamiek in geluid door aard van de content en dus fijn om naar te luisteren

Uitdagingen

- Techniek belangrijk bij fysieke events
- De presentator moet verwijzingen naar slides uitleggen
- Omgevingsgeluid kan irritant zijn als het publiek rumoerig is.
- Beperk galm in grote ruimtes

De reportage

De reportage is een verslag van een gebeurtenis, event of (nieuws)verhaal. In dit format wordt gebruikgemaakt van meerdere relevante geluidsfragmenten die aan elkaar worden verbonden met een voice-over.

De reportage is zeer geschikt voor een zakelijke podcast. Denk bijvoorbeeld aan een verslag van een event of een analyse van de nieuwste ontwikkelingen in de branche. Neem interviews af met aanwezigen of evalueer met experts. Combineer deze met fragmenten van het desbetreffende event of nieuwsverhaal en voeg een voice-over toe om context te bieden.

Deze vorm vraagt veel van de maker. Zorg dat je, voordat je gaat opnemen, vaststelt welk verhaal je wilt vertellen. Op deze manier weet je precies welke fragmenten je nodig hebt. Schrijf de tekst voor de voice-over pas nadat je je audio hebt geselecteerd. Zo weet je zeker dat je fragmenten aansluiten bij het verhaal dat je wilt vertellen.

Voordelen

- Een lust voor het oor; door de afwisseling in fragmenten is het niet snel saai
- Ideaal format om mensen te informeren over nieuwe ontwikkelingen
- Geschikt om in te zetten bij een interne podcast
- Ruimte voor analyse en bijdragen van experts

Uitdagingen

- Vraagt veel van de maker
- Veel voorbereiding nodig
- Meer werk in de montage

Drie podcasttypen

Bepaal voor wie de podcast is en hoe mensen toegang krijgen. Openbaar of besloten is een distributiekeuze; een shortcast gaat over lengte en focus. Deze keuzes zijn te combineren.

De externe podcast

Dit type podcast is voor iedereen toegankelijk. De verspreiding is openbaar. Je vindt de openbare podcast op distributie-apps als Spotify en Apple Podcasts. De lengte ervan is variabel en afhankelijk van het gekozen format.

Dit is de podcast die je maakt voor iedereen die je aan je merk of verhaal wilt binden. Zoals bijvoorbeeld toekomstige medewerkers, mogelijke investeerders/stakeholders en natuurlijk (potentiële) klanten. Elke invalshoek en elk format is mogelijk. Het is maar net welk verhaal je wilt vertellen en op wat voor manier.

Voordelen

- De informatie die je deelt is voor iedereen toegankelijk
- Fantastisch medium om je verhaal met de wereld te delen

- Veel keuze in onderwerpen en formats

Uitdagingen

- Je kunt geen privacygevoelige informatie delen
- Je hebt geen controle over wie je podcast beluistert

De private podcast

Een private podcast is bedoeld voor een afgebakende doelgroep, zoals medewerkers, leden of een projectteam. Stem de toegang af op de gevoeligheid van de inhoud en spreek af wie die toegang beheert.

Interne communicatie hoeft niet altijd besloten te zijn. Een openbaar gepubliceerde aflevering over je organisatie kan ook relevant zijn voor toekomstige medewerkers of andere stakeholders. Maak die publicatiekeuze bewust.

Een verborgen link is geen toegangsbeveiliging: die kan worden doorgestuurd. Ook persoonlijke feedlinks kunnen worden gedeeld en gedownload. afleveringen kunnen beschikbaar blijven. Controleer bij vertrouwelijke inhoud de authenticatie en het gebruikersbeheer van het gekozen kanaal.

Voordelen

- Een kanaal voor een afgebakende doelgroep
- Toegang beheren volgens het gekozen authenticatiemodel
- Bruikbaar voor updates die niet in een openbare directory horen

Uitdagingen

- Bepaal wie toegang krijgt en wie dat beheert
- Controleer toegang bij instroom, functiewisseling en vertrek
- Houd rekening met gedeelde links en gedownload kopieën

De shortcast

Een shortcast is een korte aflevering rond één boodschap. Het gaat om lengte en focus, niet om een apart productieformat: je kunt verschillende formats uit deze gids gebruiken.

Een solo-opname is één mogelijkheid. Ook een kort interview, een reportage of een masterclass kan werken. Een reportage kan fragmenten combineren tot een nieuwsupdate; een masterclass kan één begrip of taak uitleggen.

Werk met een script of een strakke opzet. Kort betekent niet automatisch weinig voorbereiding: kiezen wat je weglaat en helder uitleggen vraagt werk.

Voordelen

- Eén gerichte boodschap voor de luisteraar
- Geschikt voor een beknopte update
- Te combineren met verschillende productieformats

Uitdagingen

- Schrap wat niet bij de boodschap hoort
- Zorg voor een heldere opbouw
- Raffel de uitleg niet af

Bouw je podcast met Springcast

Springcast brengt podcasthosting, analytics en distributie samen voor organisaties en makers. Kies een inrichting die past bij je doelgroep, toegangseisen en werkwijze.

Onze applicaties draaien in Nederland, Duitsland en Finland.

Op verzoek neemt een compliance officer je team mee door de securityvragenlijsten.

JE VOLGENDE STAP

Kies de juiste inrichting voor je podcast

Bespreek je doelgroep, format en verspreiding met Springcast.

Plan een gesprek ↗