

# **Lesson 10**

---

# **如何上架行銷你的節目**

---

講師：李維國

---

# 講師簡介

---

- 現任：  
新竹心動音樂電台總經理  
原住民族廣播電台顧問
  - 曾任：  
台北流行音樂電台POP917台長  
好事聯播網總經理特助  
瑞迪廣告(北京)製作部總監  
台北之音工程部副理  
亞洲廣播電台台北製作中心主任  
聞聲公司特約錄音師
-

# 如何上架你的節目

---

- 目前大概可以使用的平台如下：  
Apple、Spotify、SoundOn、Firstory  
有影像的也可以上傳Youtube～
  - 目前所有平台帳號都是免費的。各個平台上架的程序也非常簡單，很容易操作
  - 平台官網→註冊帳號→建立Podcaster→上傳節目
-

# HOUSE OF PODCASTS

台灣頂尖 Podcast 公司，提供 360° 全方位 Podcast 服務  
從原創節目、Podcast 播放器，到 Hosting 平台與商務服務，我們建立了完整的 Podcast 生態系。



創作者看這裡



我是廣告主



聽眾報到

2023 年度報告出爐，填表索取報告 >>>

# 平台上架、贊助訂閱 與廣告盈利 最完整強大的 Podcast Hosting

省去所有繁瑣上架流程，我們將你錄好的音檔自動發佈到 KKBOX、Apple Podcasts、Spotify 和 Google Podcasts 等收聽平台。

免費開始



# 建立Podcast簡介和推播

---

- Podcast要有人聽，只有兩個重點：  
一是節目好聽，二是推播有力！
  - Podcast是聲音的，但推播要靠社群媒體的圖文傳播。
  - 先把你的節目做一個圖檔，像是CI（企業識別，Corporation Identity）的概念。  
再做一份引人入勝的圖文說明宣傳，用不要太長的文字簡單有趣的介紹你的節目。  
然後每一集節目要推播前，必須截取出該集節目最大的賣點，用廣告文案的手法來做強而有力的推薦；有圖片輔助更好！
  - 如果能搭上最新的話題，就有可能被演算法推薦，達成快速推廣的目的！
-



# 節目簡介內容說明

---

- 節目名稱
  - 節目簡介
  - 節目圖片
  - 互動連結
-



米粉湯



小馬哥  
說財經

早安財經  
GOOD MORNING PRESS



Ivy  
愛公歲



海苔熊の  
心理話



就愛  
講幹話



TK-Talk  
創投觀點



特急  
開講



寶博朋友說：







- 🏠 首頁
- 🔍 搜尋
- 📌 管理訂閱

## 找到你最愛的 Podcast 節目



從前從前



唐陽雞酒屋



遠見 on air



豬探長推理故事集



通勤學英語 15Mins Today



GK爸爸原創故事繪本

中文

註冊

登入

VALERIE

3包

試吃體驗

來去逛逛



# 法客電台 BY 法律白話文運動 Plain Law Radio

## 法律白話文運動

新聞評論

個人網站

\$ 贊助

收聽平台



525 則單集

外部連結



法律白話文運動無極限！寫文、寫書跨界經營【法客電台】

【法客電台】法客電台是網路獨立媒體《法律白話文運動》製作的Podcast節目，議題橫跨法律知識探索、社會議題批判及政治時事話題，力求擺脫廉價批評，以打造指標性深度知識性社會議題節目為目標。

本節目榮獲第19屆卓越新聞獎得獎作品

本節目入圍第20屆卓越新聞獎得獎作品

廣告合作邀約

傳送門連結：<https://portaly.cc/plainlawradio>

EMAIL：[business@plainlaw.me](mailto:business@plainlaw.me)

# 哇賽 心理學

372 則單集


## 哇賽心理學

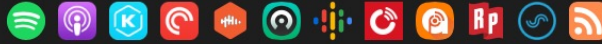
### 哇賽心理學

自我提升

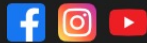
個人網站

\$ 贊助

收聽平台 



外部連結



這個節目專門聊心理學，不管是生活、育兒、司法、自我成長...等，只要跟人有關就有心理學在裡面。但我們不是心靈雞湯那種感性的，而是大腦牛肉湯那種理性的。透過理論與科學研究來談心理學，而不是哪個大師說了算。

目前有五個不同的單元：

哇賽心觀點：講者為蔡宇哲博士，透過一些生活事件或專訪來聊心理學。

法客心法聊天室：講者為蔡宇哲與黃致豪律師，聊的是司法心理學相關的議題，主要會從心理科學的角度來談。

哇賽療心室：講者為娜娜臨床心理師，主要談一些軟性、生活與心理的主題。


今天看劇說書：講者為蔡宇哲，影劇/書的成份多了點，主要透過閒聊的方式來談，再佐以心理學來調味。

犯罪不思議：講者為蔡宇哲與戴伸峰教授，談犯罪心理學，以及更深入地談犯罪案件背後的脈絡與成因。

目前是每週更新至少一次。歡迎一起來從這些有趣的心理學知識，來更瞭解自己與這個奇妙的社會。

若你覺得我們節目不錯，請記得要訂閱哦。也歡迎來跟我們聊聊

哇賽！心理學

 臉書粉絲專頁

[www.facebook.com/onyourpsy/](http://www.facebook.com/onyourpsy/)

 IG帳號

[www.instagram.com/onyourpsy/](http://www.instagram.com/onyourpsy/)

 Telegram頻道

[t.me/onyourpsy](https://t.me/onyourpsy)

# Podcast推播內容說明

---

- 節目名稱
  - 節目圖片
  - 收聽連結
  - 本集簡介：精華摘要
  - 其他互動連結
-

# 建立Podcast推播

solink.soundon.fm

Woman好好說

EPO2 | 別當愛情裡的長髮公主，女人要勇於捍衛自己！ft. 惡魔老闆岳啟儒

- SoundOn
- Apple Podcast
- Google Podcast
- Spotify
- KKBOX

女強人也會脆弱、也會受傷，但還是要挺身捍衛自身權益！  
女孩們，別當愛情裡的長髮公主，不論事業、婚姻還是自尊，就算只有《一人份的勇氣》，都要記得善待自己。

本集精彩重點

20 代的女孩們竟一心想著辭職結婚、相夫教子?!

solink.soundon.fm

女強人也會脆弱、也會受傷，但還是要挺身捍衛自身權益！  
女孩們，別當愛情裡的長髮公主，不論事業、婚姻還是自尊，就算只有《一人份的勇氣》，都要記得善待自己。

本集精彩重點

- 20 代的女孩們竟一心想著辭職結婚、相夫教子?!
- 繼父的尊重和身教，帶給 Cindy 很大的影響
- 跑步、做菜、插花、開車，忙碌生活記得找個方式紓壓
- 育兒壓力父母都該承擔，Holiday Mommy 更快樂！
- 提告小三是為了捍衛自己的權益
- 深陷婚變憂鬱，後因好友患病而轉念
- 心理諮商也未嘗不是解決之道

媽咪速玲 | Facebook  
[facebook.com/Mama540](https://facebook.com/Mama540)

吳速玲 Shuling Wu | Instagram  
[instagram.com/5400wu](https://instagram.com/5400wu)

私廚女王 Irene 的料理與愛情 | Facebook  
[facebook.com/irenehukitchen](https://facebook.com/irenehukitchen)

私廚女王 Irene | Instagram  
[instagram.com/pilinh](https://instagram.com/pilinh)

★本集感謝【你滋美得 姬凸飲燕窩配方】贊助播出

情人節禮物還拿不定主意嗎？媽咪速玲幫您選好了！  
近 30 年知名專櫃保健品牌你滋美得熱銷破 10 年明星商品—  
頂級貴婦膠原蛋白飲姬凸飲，結合 7 大頂級美顏配方，  
採用日本百年大廠新田公司專利魚膠原蛋白，分子小好吸收，  
清新蘋果香味無腥味，讓您天天都想喝、自然就變美～  
《WOMAN 好好說》Podcast 粉絲限時團購優惠  
情人節送禮選 姬凸飲（燕窩配方）最低限時 4.4 折起  
小資女最愛的 #莓果風味 #膠原蛋白粉 同步優惠中  
更多資訊請看活動連結 → [bmai.cc/53qt22](https://bmai.cc/53qt22)

以下訊息由 SoundOn 動態廣告贊助商提供

慶讚中元！  
普渡必拜科學麵，平安順利最全面！  
國民零食科學麵，酥脆麵體搭配經典椒鹽粉，一口接一口，  
讓你整個暑假都歡樂無法擋！  
想要歡樂一整天就找科學麵！ → [bit.ly/44S8ftB](https://bit.ly/44S8ftB)

© 2023 SoundOn, Inc.

solink.soundon.fm

媽咪速玲 | Facebook  
[facebook.com/Mama540](https://facebook.com/Mama540)

吳速玲 Shuling Wu | Instagram  
[instagram.com/5400wu](https://instagram.com/5400wu)

私廚女王 Irene 的料理與愛情 | Facebook  
[facebook.com/irenehukitchen](https://facebook.com/irenehukitchen)

私廚女王 Irene | Instagram  
[instagram.com/pilinh](https://instagram.com/pilinh)

★本集感謝【你滋美得 姬凸飲燕窩配方】贊助播出

情人節禮物還拿不定主意嗎？媽咪速玲幫您選好了！  
近 30 年知名專櫃保健品牌你滋美得熱銷破 10 年明星商品—  
頂級貴婦膠原蛋白飲姬凸飲，結合 7 大頂級美顏配方，  
採用日本百年大廠新田公司專利魚膠原蛋白，分子小好吸收，  
清新蘋果香味無腥味，讓您天天都想喝、自然就變美～  
《WOMAN 好好說》Podcast 粉絲限時團購優惠  
情人節送禮選 姬凸飲（燕窩配方）最低限時 4.4 折起  
小資女最愛的 #莓果風味 #膠原蛋白粉 同步優惠中  
更多資訊請看活動連結 → [bmai.cc/53qt22](https://bmai.cc/53qt22)

以下訊息由 SoundOn 動態廣告贊助商提供

慶讚中元！  
普渡必拜科學麵，平安順利最全面！  
國民零食科學麵，酥脆麵體搭配經典椒鹽粉，一口接一口，  
讓你整個暑假都歡樂無法擋！  
想要歡樂一整天就找科學麵！ → [bit.ly/44S8ftB](https://bit.ly/44S8ftB)

© 2023 SoundOn, Inc.



# 如何行銷你的Podcast (Eric Nuzum)

---

- 我常常看到這樣的狀況：一個人或是一個團隊傾注時間、精力創建了Podcast，但是卻沒有去設想這個Podcast推出後，該如何在世界上存活或是最終要如何被聽眾找到。他們只是認為，如果把Podcast放生到野外之後，它就會以某種方式被發現並取得成功（在這個有著70多萬Podcast的汪洋大海之中）。
  - 他們強詞奪理的說，製作完Podcast之後想要「把Podcast放在那裡，看看會發生什麼事。」我現在就可以幫忙解答謎底，可能什麼事都不會發生...
-

# 如何行銷你的Podcast (Eric Nuzum)

---

- 所以「創作者需要學會像行銷者一樣思考，而行銷者需要像創作者一樣思考」。
  - 因為創作和行銷是互相依賴的，應該和對方共享情報並且彼此影響。創作和行銷是遵循陰陽原則：互相對立但不可分割，需要彼此才能發揮作用，沒有誰優誰劣，在本質中含有彼此。
-

# 游擊行銷：最適合Podcast的行銷方式

---

游擊行銷最早在1984年由傑伊·康拉德·萊文森（Jay Conrad Levinson）寫的一本名為「游擊行銷」的書開始流行起來。

游擊行銷的兩個核心原則：

- 第一，傳統廣告方式可能對大型企業很有效，但是通常對於比較小型、零散的企業（例如Podcast），傳統廣告在財物上能獲得的效益較低而且不切實際，而游擊行銷是為了那些不得不尋找其他方法，來建立、發展或維護他們客戶群的企業所量身訂做的。

游擊行銷不是投資金錢，而是鼓勵你投入時間、精力、想像力和資訊，用「成本較低但是參與度較高的努力」來取代「昂貴的努力」。

- 第二是更重要的，萊文森解釋：「游擊行銷中指的『行銷』，其實是包含了你與外界的每一次接觸，這不只是一次性的，而是你和你的聽眾、潛在聽眾一個持續互動的過程。」
-

# 游擊行銷：最適合Podcast的行銷方式

---

- 行銷不是單純為了獲得新「客戶」（在我們的例子中是「聽眾」）而做的事，而是有關和你的聽眾建立雙向、緊密關係，並且激發新的客戶加入。這種雙向緊密的溝通，不會在節目推出時才發生，必須要從一開始構思的階段就內建在你項目中的DNA，這會提醒你做一些能引起聽眾關注的事情，讓聽眾參與你在做的，然後與他們定期、明確並且迅速地進行溝通。
-

# 游擊行銷的主要步驟

---

- 從一個美妙的想法開始
  - 知道什麼讓你的作品與眾不同
  - 知道你的聽眾是誰
  - 走出去參與其中  
(這是最重要的部分！)
-



# 喜姆娃娃： 人見人愛的全球最昂貴瓷偶-M. I. Hummel



# 喜姆娃娃： 人見人愛的全球最昂貴瓷偶-M. I. Hummel

---

喜姆娃娃{M. I. Hummel}來自德國 Goebel 瓷廠。喜姆手繪瓷偶於一九三五年問世，以精緻的雕刻技術而聞名國際，至今已有八十餘年的歷史。這群可愛娃娃的創始人是一九〇九年出生於德國的 Maria Innocentia Hummel 修女。

一九三一年是她生命中的轉捩點，因為目睹第一次世界大戰的殘酷，決心加入 Siessen 修道院成為一名修女，以追求寧靜的心靈世界。由於她非常喜愛小孩，在修道院附近玩耍的小孩自然成為她閒暇時繪畫的題材。

當第二次世界大戰爆發時，為了替修道院籌措經費，M. I. Hummel 修女將部分畫稿印成明信片出售，所得全數捐給教會。這些表情生動的作品深深吸引了德國 Goebel 瓷廠的第四代繼承人 Franz Goebel，主動向修道院提出，將畫稿中那群天真活潑的小孩們製成瓷偶，並約定好其所得利潤將與修道院平分，作為修道院的經費及建設學校等用途。

『限量生產』 『人工手繪』 深具收藏價值。

---

# 喜姆娃娃： 人見人愛的全球最昂貴瓷偶-M. I. Hummel

---

首批瓷偶於一九三五年問世，獲得空前的回響，M. I. Hummel 修女對生產品質抱持嚴謹的態度，凡事親力親為，不過在一九四六年，M. I. Hummel 修女因肺結核逝世，享年三十七歲。她遺留下來的畫作共有二千多件，全部均保存在當時她所居住的修道院中，至今已有六百多款製成瓷偶問世。

喜姆瓷偶之所以受到許多收藏家的青睞，和其嚴謹的生產過程以及有系統的限量生產有很大的關係。在製造過程中，由於畫稿是平面，塑像是立體的，因此光是立體塑像的姿態，就需經修道院和 Goebel 公司的工作人員多次討論，而每件作品在成為雕塑品之前，皆需經過修道院的認可才可進行製作。另外，每個模型都須分割成頭、手、腳……等十幾個部分來開模，以達到精緻細膩、生動傳神的要求；在著色方面，畫師需依據修女原稿，在二百多種已燒製完成的顏色樣本中挑出最接近原稿的成色，再由專人調配所需數量供畫師使用。每個瓷偶皆是人工手繪，有時甚至花上一整天，才能完成一個瓷偶的著色。因為完成不易，所以喜姆採限量生產方式，有些甚至已經停產，更使喜姆瓷偶深具收藏性。

---

# 喜姆娃娃： 人見人愛的全球最昂貴瓷偶-M. I. Hummel

---

畫師在完成瓷偶的著色之後，會在瓷偶底座簽名，並加註一個高寶（Goebel）瓷廠的蓋印，以表示瓷偶的出廠年分。由於蓋印會隨著瓷偶的製造年分而更改，也成了收藏的指標之一。高寶瓷廠為確保產品的細膩程度和硬度，模子在使用約二十次之後，便會銷毀，從此不再生產同一款式的瓷偶，使得喜姆瓷偶彌足珍貴，更具保值性。

---



# 喜姆娃娃Podcast的游擊行銷

---

假設你正要開始一個「有關收集喜姆娃娃的Podcast」，是針對認真的收藏家講述喜姆娃娃的新聞、歷史和對話的Podcast，而不是針對新手收藏者介紹或是告訴他們「如何」進行收藏，這個Podcast是設定給死忠喜姆娃娃愛好者聽的。在之前的練習中，你已經有了你的目標聽眾化身，讓我們假設她的名字叫做克拉麗斯（Clarice），住在匹茲堡郊區，她是一名半退休的圖書館員，不怕接觸新科技，喜歡聽有聲書和一些Podcast，特別是關於手工藝的（她和她的老公都很喜歡手工藝）。會開始收集喜姆娃娃，是因為30多年前她的祖母去世時留給她很多喜姆娃娃，從這之後她就對此非常專研，她擴大了自己的收藏，參加各種會議和活動，閱讀雜誌，並且常常參與網路論壇和網友群組，還看了很多有關瓷偶收藏的部落格，她也曾在eBay上買賣瓷偶，但是不如面對面交流那樣喜歡，因為透過面對面的方式，他可以認識其他收藏家和賣家。她甚至在當地組織了一個喜姆娃娃愛好會，每個月在圖書館聚會一次，而且已經持續了幾年。雖然她喜歡所有類型和年代的喜姆娃娃，但是克拉麗斯對收集1950年代的瓷偶最感興趣。

---



# 喜姆娃娃Podcast的游擊行銷

---

你可能會注意到，在建構聽眾化身克拉麗斯的資料時，我一定會包含幾件事：「她在哪裡獲得訊息」以及「她如何與其他人互動」。如果你要為「以克拉麗斯這樣的人為目標聽眾的喜姆娃娃Podcast」寫一份游擊行銷計畫，那麼你所需要的資訊全都在這之中。

當寫好了（目標聽眾）假履歷之後，可以將你的目標聽眾可能會在「網路上和現實生活中聚集的地方」列出來，網路論壇、座談會、電子報、見面會、圖書館中的討論小組、Facebook群組、聚會、推特標籤等等。以克拉麗斯來說，我會先從寫進履歷中的內容開始，但是之後會強迫自己去想其他的例子，例如：收集古董或是復古商品的古董商店、跳蚤市場、手工藝品店或是社區活動中心。雖然這些都是克拉麗斯所在社區的例子，但還是要盡量從大處著眼，去關注各行各業和各地的人們到底會聚集在哪裡。

一但你有了這份清單，花點時間思考人們在這些地方如何互動，也許有團體活動（會議或是聚會）、線上對話、一對一互動（指導活動）或是一對多（部落格、商店或是教學）。

---

# 喜姆娃娃Podcast的游擊行銷

---

你需要同時做兩件事：首先，你至少要成為其中一些社群中的活躍成員。不是一定要推動什麼的成員，而是去參與、互動和評論的一般成員。你可能沒有時間去參與所有這些人聚集的地方，但是要先找到覺得適合的地方開始切入，然後慢慢擴展到其他。「作為社群的成員出席、然後參與其中」是非常重要的，因為當你開始宣傳項目時，如果人們認識你、了解你，而且你也抓住機會融入其中的話，那麼他們就會知道你是誰，也會比較願意去聽你在做些什麼（並且透過收聽和協助宣傳來支持你）。

第二，你應該要開始著手你的「十字描述」和其他說明，去推銷你的作品給潛在聽眾。

參與「線上社群」，但是也盡你所能地去參與「現實生活」。舉例來說，你在著手進行一個劇本式音頻劇，其中一個目標活動是在圖書館舉行的讀書會，那麼就去吧！也嘗試參加一個研討會或是大型書展，諸如此類。

---

# 喜姆娃娃Podcast的游擊行銷

---

一但你成為社群中的一名成員，請盡快釋放出你的Podcast的消息，不要等到已經完成節目了才突然宣布「嘿，各位陌生人，我開始了一個Podcast，現在已經可以下載了，請你們一定要去聽！」就算你還是在構思和製作的階段，就請投放到社群中，請他們提供協助、幫助你做決定，給他們機會去吸收和提出意見反饋，然後讓他們對你的節目投入更多（也會更願意去協助）。

最後，當出去外面和潛在聽眾建立關係時，你應該要列出一組你認為會「影響目標聽眾的人」的名單，例如媒體、這個主題的意見領袖、甚至可能是政治家或名人。...當你接觸到這些有影響力的人時，請告訴他們：你的創作項目、你的抱負和你的目標。必要時，還可以邀請這些有影響力的人來做某集節目的來賓。無論如何去善用他們，所花費的這些時間都會是最佳投資之一，這些影響者在他們的小眾市場中擁有控制力和影響力，一個貼文、推特、他們商店中的展示，或是他們來活動客串，都可能燃起他人對你節目的興趣。

---

# 游擊行銷

---

現在你應該可以了解為什麼我覺得行銷工作不是別人的工作，而是 Podcaster 自己的工作了吧！這是因為「有效的行銷」和「建立關係」需要來自相同的管道，也就是你。

因為「創作你的作品」和「談論你的作品」是息息相關的，行銷和創作不該是兩個迥異的各自為政，就和我多年來對團隊和創作者所提倡的，行銷和創作就像是同一個行動的兩個不同組成部分——就和陰和陽一樣，是相互影響又彼此依存的兩半，合在一起才能成為一個整體。

我之所以如此反覆說明、大力提倡，主要是因為這種做法是有效的，只要你認真嘗試的話，不是偶爾或經常，而是幾乎每次都會成功。

行銷之所以讓人覺得困難，正是因為這需要真正的投入。

---

# 找到聽眾的七種策略 (Eric Nuzum)

---

## 技巧1 DIY網路組織

- 聚集4-5個其他Podcaster組成一個團隊，你應該要找的是和你自己擁有相同聽眾的Podcast，這些可能是和你的Podcast有著相似內容，或是你認為可以吸引到相似聽眾的Podcast。...接下來安排每一個人彼此互相推廣行銷，你可以製作一個30或是60秒的廣告短片，安插到他們的節目或是feed閱覽器中，把關於你節目的介紹內容提供給主持人，讓他們知道要如何鼓勵聽眾去收聽你的節目。又或是你也可以在非直播的地方做宣傳，例如透過社群媒體、網站、電子報等等。不論你打算要用哪種方式，都要協議好要多久做一次。
-



# 找到聽眾的七種策略

---

## 技巧2 回覆

- 這個技巧非常容易理解也易於實行。每當有人寫信給你、發推特給你，或是在節目中提到你或你的節目，請回覆他們。
  - 當你回覆的時候，記得在訊息內容中邀請他們寫一個短評或是發一則貼文來分享他們對你節目的想法，這是非常聰明的作法。通常他們會很感動你花時間來回覆，會馬上幫忙做你希望他們做的事情。
  - 我認為這些聽眾給的回應和與聽眾的接觸點，都是你宣傳企劃的最好行銷工具。
  - 分享一個小竅門：替那些有回應的人舉辦抽獎活動，最好是準備一些和你的節目有關，但是他們買不到的東西—例如你的下一場現場活動的門票、一位最近參加的來賓的紀念品、或是一個親筆簽名。
-

# 找到聽眾的七種策略

---

## 技巧3 請聽眾協助

- 通常你的節目最好而且最熱忱的宣傳，就是你的聽眾。他們喜歡你的節目、很願意幫助你，你唯一需要做的就是「提出要求」。這不需要花費任何成本，還有助於建立和他們的關係。
-

# 找到聽眾的七種策略

---

## 技巧4 打開和服Open the Kimono

- 什麼是打開和服？
  - 「吸引觀眾參與」是為你的作品建立聽眾和累積狂熱粉絲的一個有效又不貴的方法。...詢問聽眾想法並盡可能把較多的決定權交到他們手中...請他們填寫問卷調查，看看網站頁面的設計、聽聽節目和主持人的試播，甚至是對節目名稱進行提名和投票。...不論問題大小，就是問他們。...這種觀眾參與和介入的方式，被稱為是「打開和服」，意思是說你讓他們看到面對大眾那面和表象後面是什麼，藉由讓他們看到項目進行時發生的事情，邀請他們投入你的工作，這件事會有持續的回報產生。
-

# 找到聽眾的七種策略

---

## 技巧5 做我的來賓

- 這個技巧，對於那些「以人們對談為特色」的Podcast來說，效果最好，...如果你是想要宣傳身為主持人的自己，那就去當個來賓吧。
  - 你有有趣的事情要說，有某個主題的專業知識，有對於世界的獨特見解想說，那麼為什麼不去別人的Podcast當潛在來賓呢？聊天廣播需要好友來交談，那麼何不就是你自己呢？你會發現有很多Podcast會對這種想法採取開放態度，通常最好的辦法是安排一個「互惠交換」，你們可以在一、兩個月的時間裡成為對方Podcast的來賓，讓你們各自向對方的聽眾介紹自己。
-

# 找到聽眾的七種策略

---

## 技巧6 現場活動

- 因為某種原因（沒有人能夠具體解釋，儘管有大量理論），Podcast聽眾會抓住機會去參加他們喜歡的Podcast所辦的相關現場錄製和現場活動。
  - Podcast是那些對於某些小種主題、天賦或世界觀感興趣的人所組成的，現場活動給了這些人一個機會，讓他們可以來到屬於自己的地方，和團體中的其他成員一起觀察、體驗和相處。
  - 舉辦一個現場活動，哪怕像是酒吧見面會這樣小規模的活動，都有三個明確的理由。首先，現場活動確實有助於和觀眾建立關係，強大的連結等同於忠誠度的凝聚（我們已經討論過許多建立忠實粉絲的好處了）；第二個原因是營收，雖然你不會因為推廣Podcast現場活動的門票而賺到足夠退休的錢，但這是可以讓你的節目在財務上自主的一個重要因素；第三，活動帶來的好處，不僅只是眼前那些來參加活動的人，還有背後產生的漣漪效應。
-

# 找到聽眾的七種策略

---

## 技巧7 把它帶到聽眾面前

- 除了舉辦自己的活動之外，為何不去參加別人的活動呢？我並不是說要去闖入另一個Podcaster的活動（雖然其實這樣做並沒有錯），而是去你的聽眾可能會聚集的任何一個活動。...不要在那裡宣傳自己、不要發送小冊子、CD、MP3檔案，也不要向你遇到的人宣傳你的作品。相反地，你只需要和他們交談、了解他們，...關鍵是「要在活動中建立關係，而不是行銷」。然後在活動結束後，再事後聯繫，拿到電子郵件、電話號碼或是名片，「事後」向他們介紹你做的Podcast，這將會讓「他們去聽的機率」從零提升到至少有「一定」的可能性。...利用面對面的機會建立關係，然後之後再聯繫。這麼做的結果，是你有更大的機會可以「建立真正的關係」。
-



---

我們來做節目簡介吧！

---