



یکی از این دو رفیق که تصمیم گرفته بود کاری مرتبط با تخصصش در حوزه کسب و کارهای نوین افتتاح کند، به دوستش پیشنهاد شروع کار داد. آن وقت‌ها آن دو در صفحه مجازی‌شان هر روز سر ساعت ده صبح مطلبی درمورد استارت‌آپ‌ها و راه‌اندازی کار می‌نوشتند. چند روز بعد، صاحب استارت‌آپی پادکست‌ساز که می‌دانست آن دو نفر دانشی در حوزه «آموزش مدل کسب و کار» دارند، به محل کار آن‌ها آمد و برای ساخت پادکست به ایشان پیشنهاد همکاری داد.

۱۳۹۴

رادیوی خانگی

یکی از ابزارهای ارتباطی که سال‌ها پیش ساخته شده است و امروزه هم اگر صبح زود سوار تاکسی شوید گوینده‌اش به شما صبح بخیر می‌گوید، رادیو است. نیاز به ارتباط و علاقه به شهرت باعث شد بسیاری از آدم‌ها، در رویاهایشان، خود را پشت میکروفن رادیو و در حال گویندگی تصور کنند. اگر از شنوندگان ثابت برنامه‌های رادیویی باشید، یا گاهی بعضی از برنامه‌ها به گوشتان خورده باشد، شاید دوست دارید همان لحظه با مجری صحبت کنید، یکی از جملاتش را تصحیح کنید یا کلمه‌ای را تغییر دهید. اما می‌دانید که گوینده صدایتان را نمی‌شنود. حتی ممکن است بخواهید برنامه‌ای با محتوای دلخواهتان بسازید اما راه ورود به رادیو و صحبت با تهیه‌کنندگان را بلد نباشید. همین خواسته‌ها باعث شده‌اند بعضی از آدم‌ها رادیوی خودشان را افتتاح کنند؛ رادیویی که به استدیوهای پر از امکانات، مجوزهای گوناگون و هماهنگی‌های اداری نیازی ندارد و می‌توان برنامه‌هایش را با ضبط صوتی ساده در اتاقی ساکت ساخت. چند سالی است که رادیوهای اینترنتی (پادکست) بسیار رونق گرفته‌اند و حالا تعدادشان آن‌قدر بالاست که ما با هر سلیقه‌ای، می‌توانیم پادکست مورد علاقه‌مان را پیدا کنیم. سال‌ها قبل، اگر به برنامه‌ای علاقه داشتیم، باید دقیقاً سر ساعت پخش آن برنامه آماده شنیدن می‌شدیم؛ اما پادکست را هر زمانی که حال و حوصله داشته باشیم گوش می‌دهیم. یکی از این پادکست‌ها برای دو دوست قدیمی است. این دو بعد از سال‌ها تجربه کار در حوزه کارآفرینی و مشاوره و تدریس فوت‌وفن‌های علم کسب و کار، مثل خیلی از جوانان خلاق دیگر که از امکانات عصر خود برای آموختن استفاده می‌کنند، پادکستی افتتاح کردند. هدف آن‌ها دادن اطلاعات کاربردی و معتبر درباره «کارآفرینی موفق» به شنوندگان رادیوی اینترنتی بود؛ رادیویی که به پیشنهاد یکی از دوستان پادکست‌سازشان به وجود آمد و با دانش و تخصص این دو رفیق به خوبی پیشرفت کرد.



صاحب شبکه‌ای رادیویی هستی

امروزه ساختن پادکست-استارت‌آپ تقریباً برای هر کسی که ایده و محتوایی در ذهن دارد، برنامه ضبط صوت روی گوشی‌اش نصب و بلد است با چند نرم‌افزار تدوین صدا کار کند، قابل اجراست. معمولاً انگیزه اول پادکست‌سازها «علاقه» است. می‌خواهند مطلب مورد علاقه‌شان را با دیگران به اشتراک بگذارند. اما برای خیلی از پادکست‌سازان، علاوه بر انگیزه و علاقه، کسب درآمد هم مهم است. هر کسی دوست دارد بابت زحمتی که می‌کشد، حقوقی هم داشته‌باشد.

پول‌درآوردن از راه تولید پادکست روش‌های متعدد دارد. می‌توان مبلغی برای خرید هر قسمت از پادکست معین و آن را از شنوندگان دریافت کرد. برای شرکت‌ها و استارت‌آپ‌ها پادکست ساخت و حقوق ثابتی از آن‌جا گرفت. یا حامی مالی پیدا کرد و نام حامی را اول و آخر پادکست گفت.

قبول کردند برای ساخت پادکست به استودیوی ضبط بروند. متن اولین فصل پادکستان، با کمی تغییر، مطالبی بود که هر روز ساعت ده صبح در صفحه مجازی‌شان می‌نوشتند. مسئولیت آن‌ها در فرایند تولید پادکست فقط اجرا و تولید متن و محتوای پادکست‌ها بود. اولین قسمت پادکست آن‌ها بعد از تمام شدن کارهای فنی، در خردادماه ۱۳۹۶ ضبط شد.

۱۳۹۶

رویدادی تنظیم کردند تا شنوندگان را از نزدیک ببینند. رویداد با استقبال زیادی مواجه شد. با تخصصی‌تر کردن پادکستان، نیروهایی برای مدیریت صفحه‌های مجازی و هماهنگی با مهمانان استخدام کردند. برای پرداخت حقوق نیروها، از راه تبلیغات و فراخوان حامیان مالی پیدا کردند. فصل دوم را بسیار حرفه‌ای‌تر از دو فصل قبل (فصل یک و یک‌ونیم) شروع کردند و در هر قسمت، دو حامی مالی داشتند.

۱۳۹۷

تعداد رویدادهای مردمی بیشتر شد، تعداد دنبال‌کنندگان صفحات اجتماعی آن‌ها بالا رفت و معروف‌تر شدند. صاحبان استارت‌آپ‌های بسیار معروف به اتاق ضبط پادکست یا به غرفه آن‌ها در نمایشگاه‌های گوناگون آمدند و با ایشان مصاحبه کردند. در پایان فصل دوم بیست‌وپنج هزار شنونده ثابت داشتند و بعضی از قسمت‌های پادکست بالای ده-پانزده بار در هر حساب کاربری پخش شده بود. در پاییز ۱۳۹۹ فصل دوم پادکست تمام شد و از آن زمان برای تولید فصل سوم مشغول تحقیق و تولید محتوا شدند.

۱۳۹۹



میلیاردها «خلاقیت» خرج کنید

اگر صاحب سایت فروش آنلاین محصولات باشید، سود بالایی کسب می‌کنید، البته برای شروع، به پول، مجوز و... نیاز دارید. اما ساخت استارت‌آپ-پادکست به این‌ها نیازی ندارد. شاید کمی «خلاقیت» و نوآوری در تولید محتوای جذاب و مفید کافی باشد که پول و برگه مجوز ساخت هم نمی‌خواهد. در تولید پادکست -تا جایی که محتوایمان شامل جرائم رایانه‌ای و غیرقانونی نشود- محدودیتی وجود ندارد. می‌توانیم موضوعی را که می‌خواهیم، در هر چند دقیقه‌ای که به‌نظرمان کافی است، بگوییم. در حال حاضر، تنوع زمان ضبط بین پادکست‌ها بسیار زیاد است. پادکست‌هایی هستند که صوت‌های دو دقیقه‌ای و بعضی‌ها هم صوت‌های شش‌ساعته تولید می‌کنند! با استفاده از برنامه‌های صداگذاری، به پادکست خود آیتم اضافه کنید یا زیر صدای گوینده، موسیقی بگذارید. مطالب متنوع منتشر کنید و نوآوری به خرج دهید. شما در فضای رقابتی هستید.

ارتباط با مخاطبان

یکی از مشکلات بعضی رسانه‌ها، ارتباط «یکطرفه» است. اینکه محتوایی ضبط کنید و به مخاطبانان فرصت و راهی برای اظهار نظرات و انتقاداتشان ندهید، باعث می‌شود بعد از مدتی شنوندگانتان را از دست بدهید. سعی کنید روی کاور پادکستان نشانی صفحات اجتماعی، ایمیل، شماره تماس و... بنویسید تا مخاطبان بتوانند نظرات مثبت و منفی‌شان را برایتان بفرستند. یادتان باشد حتماً به آن نظرات عمل کنید!

شنوندگانتان را به مشارکت در تولید دعوت کنید. مثلاً فراخوانی بدهید تا متن بنویسند و اگر متنشان مناسب بود، در پادکستان، با ذکر اسم نویسنده، از آن استفاده کنید. هر طور می‌توانید، با مخاطبانان ارتباط مؤثر و پیوسته برقرار کنید. وقتی شنوندگان احساس کنند خودشان در تولید برنامه نقش دارند، با اشتیاق بیشتری پادکست را دنبال می‌کنند و خودجوش برایتان تبلیغ می‌کنند.