

Az idegenforgalom szereplői már hónapok óta a helyreállításra koncentrálnak, és egy részük már kidolgozta az akciótervet is, amit a jövőben alkalmazni fog. Az egész szakma elemez, töpreng és megfigyel – miközben mindenki igyekszik megtalálni a leghatásosabb kommunikációs lehetőségeket és eszközöket, lehetőleg olyanokat, amelyek különböznek a versenytársak megoldásaitól.

A folyton, ám jelenleg különösen változó képet mutató média-fogyasztási szokások tükrében igaz ez a PR tevékenységre is. Ha van ideális pillanat új és egyedi média felületek ill. eszközök kipróbálására – 2020 augusztusa az. Ilyen eszköz lehet a sokak számára még kevésbé ismert podcast, amit a fiatalabb generáció egyértelműen alkalmaz, mert számos előnnyel jár, különösen most, a Covidal terhelt időszakban.

Aktualitások

Új szemlélet

A podcastok, azaz az interneten elérhető hanganyagok már jó ideje elérhetőek, de csak az utóbbi években kezdtek igazán felvirágozni. Az elmúlt két évben hazánkban is megugrott a podcastok népszerűsége, és az idegen nyelvű anyagok mellett számos témában találunk már magyar nyelvű tartalmakat is – akár a turizmussal kapcsolatban is.

A podcast azért olyan népszerű, mert könnyen fogyasztható formátum mind üzleti, mind személyes témákban. Az emberek podcastokat hallgatnak, hogy új növekedési taktikákat tanuljanak cégük felvirágoztatásával kapcsolatban, hogy fejlesszék marketing készségeiket, vagy hogy inspiráló példákat találjanak a vállalkozói világban. De podcast műsorokra hangolódunk azért is, hogy meghallgassuk kedvenc szerzőinket, hogy színes úti beszámolók fültanúi lehessünk, hogy megtanuljunk, hogy kell meditálni, illetve belemerülhetünk olyan összetett témákba is, mint az üzlet vagy az önfejlesztés.

Mit nevezünk podcastnak?

Definíció

A podcastok olyan hangfelvételek illetve rádióadás-szerű műsorok, amelyeket a készítők hanganyagként az interneten tesznek közzé, és amelyek online vagy platformokon keresztül hallgathatóak, mint például az Apple Podcast, a Sybel, vagy a zenei streaming szolgáltatók (mint a Deezer vagy a Spotify). A formátum nevét az Apple zenelejátszójának, az iPodnak és a broadcasting (közvetít) szavak vegyítésének köszönhetjük.

A podcast kínálatban sokféle terjedelem elérhető a néhány percestől kezdve a több, mint egy óras hanganyagokig. A podcast típusa szerint is sokféle lehet:

- * szóló (host) podcast
- * interjú,
- * előadás jellegű,
- * történet mesélő (story telling),
- * beszélgetős – 2 műsorvezetővel,
- * kerekasztal beszélgetés jellegű vagy
- * újrahasznosított hangfelvétel

Érdekeség, hogy az Egyesült Államokban, ahol a felnőtt lakosság harmada hallgat podcastokat heti rendszerességgel, a kedvenc műfajok között az oktató célú műsorok aránya megelőzi a szórakoztató felvételekét. A történet mesélő podcast szintén vonzó a hallgatók számára, és ez az, ami a legjobban integrálható egy kommunikációs stratégiába.

A podcastokban közzétett anyagok nem csak meghallgathatóak, hanem rendszerint le is tölthetőek. A podcasting technológiának köszönhetően ráadásul egy podcastra fel is lehet iratkozni – más szóval elő lehet fizetni rá, ami lehetővé teszi, hogy a soron következő epizódok automatikusan megjelenjenek és/vagy letöltődjenek az előfizető mobil eszközeire.

A podcast növekvő népszerűsége

2019 az áttörés éve volt

A podcastok robbanásszerű növekedéséhez valójában a mobiltelefonok fokozott használata vezetett. Az áttörés éve a podcast-ipar számára 2019 volt. A Podcast Insights felmérése szerint 2020 januárjában 850.000 aktív podcast volt elérhető (több mint 30 millió hanganyaggal), ami lenyűgöző növekedés 2018 februárja óta, amikor 500.000 aktív podcastot tartottak számon. [link: <https://www.oberlo.com/blog/podcast-statistics/>].

A podcastok népszerűségére jellemző, hogy egy tengerentúli közvéleménykutatás szerint az amerikaiak fele már hallgatott podcast adást, egyharmaduk rendszeresen hallgat ilyen, elsősorban a 18–54 éves korosztály tagjai közül. A válaszadók több mint kétharmada elsősorban telefonról vagy táblagépről élvezte a különféle műsorokat. A megkérdezettek többsége házimunka vagy vezetés közben hallgatja kedvenc adását, és nagy részük (82 százalék) hetente hét óránál is több időt tölt podcastok hallgatásával. A letöltött podcastokat a válaszolók körülbelül fele hallgatja meg aznap, a másik fele későbbre tartalékolja az „élvezetet”. [link: <https://jogaszvilag.hu/eletmod/mit-tud-es-miert-jo-a-podcast/>]

A heti rendszerességgel podcast adást hallgatók aránya (2019-2020)



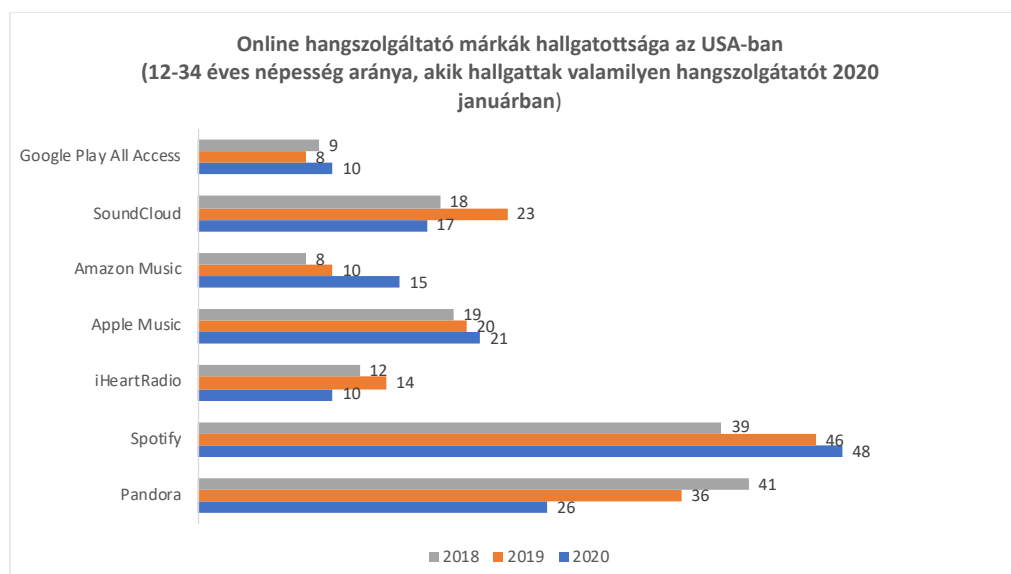
Forrás: Statista az Audience Projekt kérdőíves kutatása (14 ezer felnőtt válaszadó) alapján
[link: <https://www.statista.com/chart/22184/change-in-podcast-listeners-audience-project/>]

<https://www.statista.com/chart/14306/podcast-adoption/>

A podcasting-gal kapcsolatban azonban jelenleg is sok a felderítetlen terület és lehetőség. A podcastok ugyanis sokkal kényelmesebben hozzáférhetőek, mint a blogbejegyzések, hisz az emberek hallgathatnak podcastokat utazás vagy vezetés közben, edzés alatt, vagy bármilyen házimunka elvégzése során – és *hallgatnak is*.

Ennek tükrében meglepő adat, hogy miközben legalább 600 millió blog, és 23 millió YouTube-csatorna létezik - az Apple Podcast-okban mindössze 800 000 – 850 000 podcast található. Ez azt jelenti, hogy minden podcast-ra 750 blog és 29 YouTube-csatorna esik. [Forrás: Podcast Insight)

Az Edison Research 2020 januári adatai azt mutatják, hogy az USA lakosság 12-34 éves szegmensének 48%-a hallgatta a Spotify-t 2020 januárban, míg ugyanezen demográfiai csoportnak csak 21%-a hallgatta az Apple Musicot:



Forrás: Edison Research; The Infinite Dial 2020: 2020 január - február USA országos telefonos felmérés 1502 fő részvételével. [link: <http://www.edisonresearch.com/wp-content/uploads/2020/03/The-Infinite-Dial-2020-U.S.-Edison-Research.pdf>]

A podcast előnyei

A podcast előnyei

<p>Személyre szabott, intim, közvetlen kommunikációs csatorna</p>	<p>Költséghatékony, alacsony előállítási és megosztási költségek</p>	<p>Időtakarékos utazás, házi munka közben is hallgatható</p>	<p>Hordozható bárhol hallgatható egy okos eszközön</p>
<p>Kényelmes automatikus letöltés feliratkozás esetén</p>		<p>Igény szerint bármikor (újra)hallgatható</p>	<p>Közösségi média hatékony eleme</p>

A podcast egy igen hatékony marketingeszköz, ami az egyedi tartalomfejlesztés mellett a szóbeli üzenetek mélyebb és részletesebb átvitelét teszi lehetővé, az elérések és eredmények ráadásul mérhetőek. Mivel pedig a podcast típusú tartalom egyelőre újdonságnak számít,

nem kell akkora „zajjal” (konkurrenciával) megküzdeni, mint a blog és más tartalom-típus esetén.

Alapvetően szinte minden iparágban lehetőség van a podcasting használatára, és a marketingeszköztárba történő integrálására, ezáltal is segítve a vállalkozást, hogy az bizalmat és hűséget teremtsen, új közönséget érjen el, és növelje az eladásokat, foglalásokat.

Turisztikai podcastok itthon

A turisztikai tartalommarketingben is fontos szerepet játszanak a podcastok mind a hazai, mind a nemzetközi piacon. A már elindult, sikeres turisztikai podcastok – mint pl. az MTÜ vagy a Turizmus.com – alapjában véve interjú alapúak, ahol vagy egy turisztikai szakember vagy egy turisztikai vállalkozó nyilatkozik az aktuális trendekről, kérdésekről. Ez jelenleg az egyik legnépszerűbb podcast forma. Emellett találunk jó néhány példát kerekasztal jellegű, ill. szóló (host) podcastokra is, valamint népszerűek a történetmesélős podcast típusok is.

MTÜ podcast

A Guller Zoltán által vezetett Magyar Turisztikai Ügynökség hivatalos podcastja hírt ad mindenről, ami számít és érdekes a turizmusban. Az aktuális helyzet elemzésétől kezdve a 60 milliárd forintnyi támogatásban részesülő, szállásfejlesztést célzó program részletein át a legfrissebb statisztikai adatokig (pl. SZÉP Kártyával kapcsolatos naprakész információk). A podcast csatorna a következő linken érhető el: <https://soundcloud.com/csodasmagyarország>

Turizmus podcast

A Turizmus Podcast a Turizmus.com, a turizmus hírforrása online hírportál podcast csatornája, ahol a szakma legfontosabb híreiről, valamint szálláshelyek, éttermek, utazási irodák, légitársaságok aktualitásairól tájékozódhatunk. A podcast csatorna a következő linken érhető el: <https://turizmus.com/cimke/podcast>

KSH podcast

A Központi Statisztikai Hivatal (KSH) 2020. júniustól indította útjára podcast csatornáját. A KSH podcast csatornáján többek közt olyan további tartalmak várhatók a közeljövőben havi rendszerességgel, mint a turizmus, lakáspiac, vagy a magyarországi szinglitérkép. A hivatal online felületein elérhető tematikus podcast érdekes kérdésekre keresi a választ úgy, hogy közben szórakoztató és informál. Podcast csatorna elérhető itt: [\[https://anchor.fm/ksh-podcast\]](https://anchor.fm/ksh-podcast)

Nemzetközi turisztikai podcastok

Talking Tourism

Az Ausztrál Talking Tourism egy podcast sorozat, különösen az idegenforgalmi szolgáltatók és az idegenforgalmi szakemberek számára készül. Rövid és lényegre törő beszélgetéseket közvetít az idegenforgalomról és az üzleti életről a gazdasági élet szereplőivel. Minden héten két új epizóddal jelentkezik, ahol egy tapasztalt idegenforgalmi szolgáltatóval, üzlet tulajdonossal vagy szakértővel beszélgetnek aktuális témákról és kérdésekről. A podcast csatorna elérhető itt: <https://tict.com.au/talking-tourism/>

Untold Italy

Barokk ragyogás, árnyékos piazzák, finom ételek és illatos borok. Szicília egyre népszerűbb azon látogatók körében, akik lassabb olasz élményt keresnek... beszélgetős podcast egy olasz turisztikai szakértővel a tájról, történelemről, emberekről, ételekről, borokról és a La Dolce Vita-ról...angol nyelven. A podcast csatorna elérhető itt: <https://untolditaly.com/podcast-home/>

NIBADA
ANALYTICS

Szerzők

Domokos Imola (imola.domokos@nibada.net)

Kun Zsuzsanna (zsuzsa.kun@nibada.net)