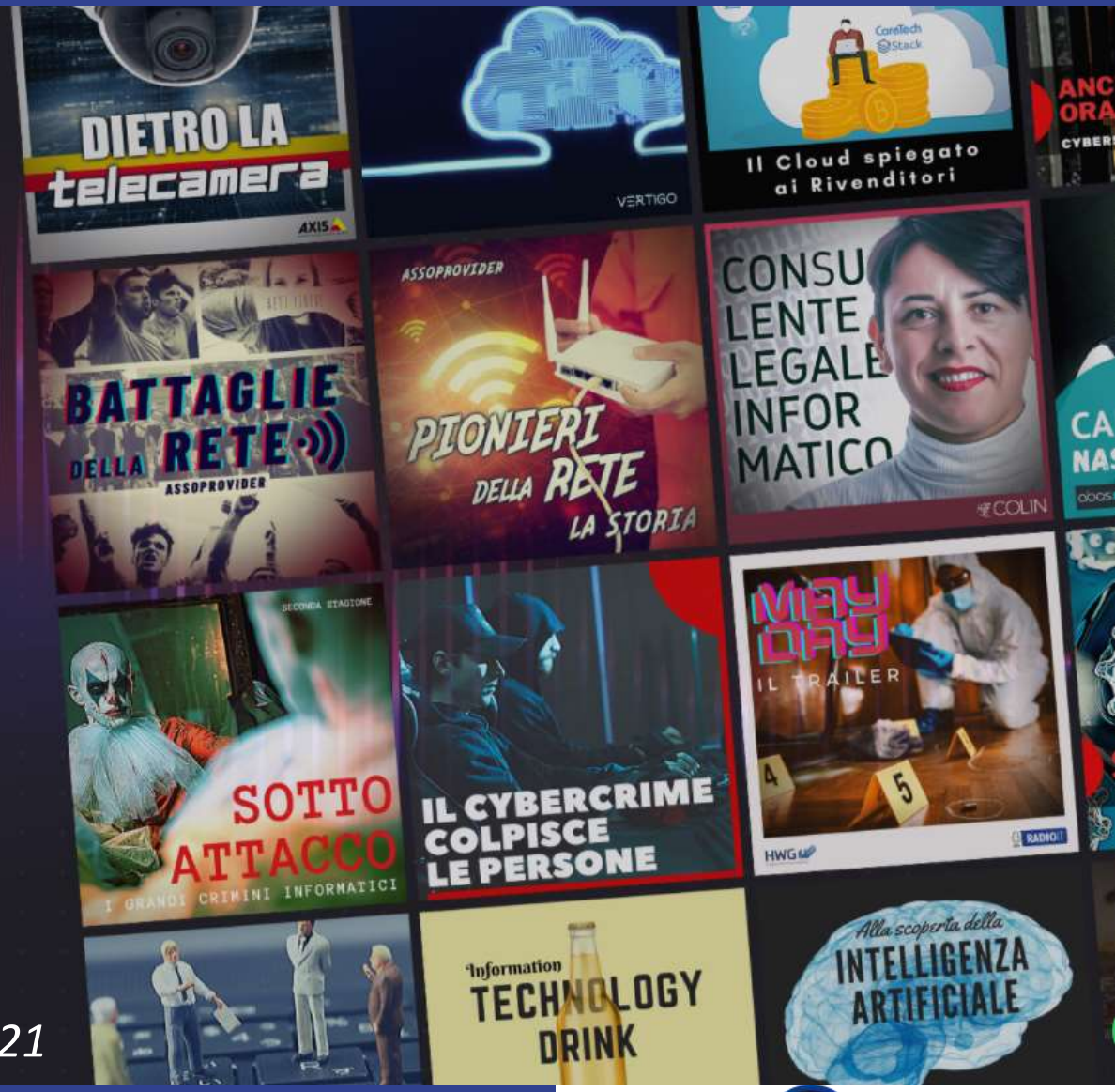
RADIO IT, la piattaforma podcast dell’IT e del Digitale (www.radioit.it)

RadioIT

Podcast Network

LA PRIMA PODCAST RADIO DI TECNOLOGIA



1 dicembre 2021

RADIOIT PODCAST NETWORK

PODCAST ITALIA NETWORK

RADIO IT in 3 semplici passi

È tempo di Podcasting

La piattaforma RADIO IT

Creare un Branded Podcast

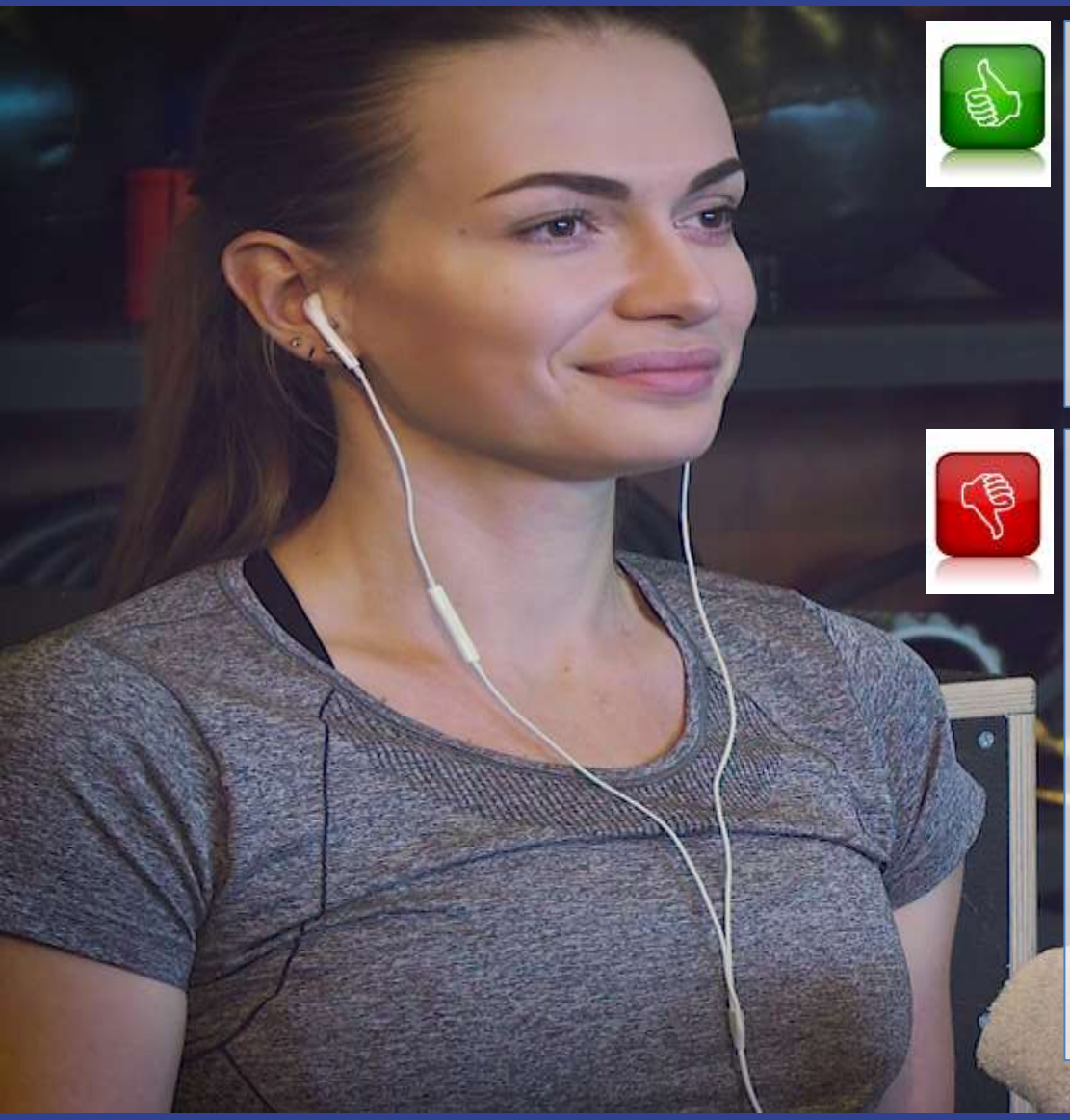
2010-2020: il modo di comunicare è cambiato, i media tradizionali non bastano più, il mainstream è Digital/Online/Social

La voce è il modo più naturale di comunicare

L’audio diventa un format di comunicazione

Audio, voce, interazione: qualsiasi momento e dispositivo

Cos’è un podcast



- Podcast = **Playlist di contenuti audio (episodi) originali** distribuiti su **siti web e app/skill audio**
- **Fruizione differita**: ascolto on demand (sito, app), download (ascolto offline)
- Rimangono **online** per **reperibilità** (SEO), **promozione** (Social, Ads), **integrazione con la presenza web/social** aziendale

- **NON** è una radio live con uno speaker in tempo reale («broadcast»)
- **NON** è un modo per ascoltare trasmissioni che abbiamo perso («catch-up»)
- **NON** è pubblicità radiofonica
- **NON** è un nastro registrato che ripete contenuti
- **NON** è musica live o on-demand
- **NON** sono audiolibri
- **NON** è video
- **NON** è audio estratto da video esistenti

I podcast NON sono un concetto nuovo

Name [edit]

"Podcast" is a portmanteau, a combination of "iPod" and "broadcast".[5] The term "podcasting" was first suggested by *The Guardian* columnist and BBC journalist Ben Hammersley,[6] who invented it in early February 2004 while writing an article for *The Guardian* newspaper.[7] The term was first used in the audioblogging community in September 2004, when Danny Gregoire introduced it in a message to the iPodder-dev mailing list,[8] from where it was adopted by Adam Curry.[9] Despite the etymology, the content can be accessed using any computer or similar device that can play media files. Use of the term "podcast" predated Apple's addition of formal support for podcasting to the iPod, or its iTunes software.[10]

Other names for podcasting include "net cast", intended as a vendor-neutral term without the loose reference to the Apple iPod. This name is used by shows from the TWiT.tv network.[11] Some sources have also suggested the backronym "portable on demand" or "POD", for similar reasons.[12]

Podcast is 2005 Word of the Year

By Mathew Honan

PCWorld | DEC 6, 2005 12:00 AM PST

The editors of the *New Oxford American Dictionary* have selected "podcast" as the Word of the Year for 2005. The word beat out such runners-up as "bird flu" and "IED" (improvised explosive device).

Television industry

Audible revolution

Online radio is booming thanks to iPods, cheap audio software and weblogs, reports Ben Hammersley

Ben Hammersley

Thu 12 Feb 2004 02.50 GMT

58

With the benefit of hindsight, it all seems quite obvious. MP3 players, like Apple's iPod, in many pockets, audio production software cheap or free, and weblogging an established part of the internet; all the ingredients are there for a new boom in amateur radio.

RADIO IT PODCAST NETWORK
PODCAST ITALIA NETWORK

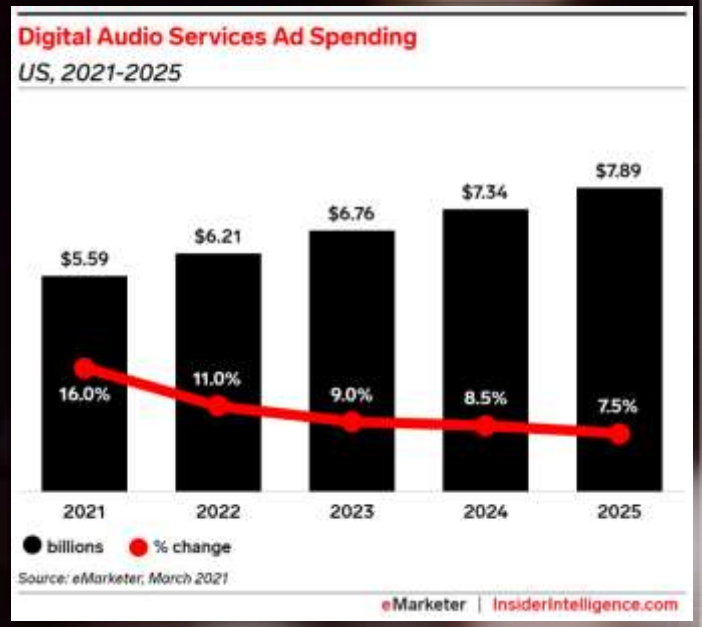
E’ adesso il momento giusto!

NY Times: $36M in podcasting revenue, digital supremacy, and new fields of ambition

Posted on February 5, 2021 by Brad Hill

You might expect an iconic news organization to present its earnings call with a certain journalistic flair. So it was that Meredith Kopit Levien, President and CEO of the NY Times, opened her company’s Q4 earnings call this week: “2020 was the year none of us could have imagined. The pandemic, its devastating human toll, and its many economic reverberations and national reckoning of a race and social justice, a bitterly contested US presidential election, and an unending hunger for relief from it all.”

If there was a counterpoint to that weary sagacity, it could have been the $36-million that the Times earned from its podcast properties in 2020. That is up from $7-million the previous year — a nearly 300% revenue uprising. It was all powered by an expanding portfolio of audio programs, led by *The Daily* morning news show, often ranked as the most successful U.S. podcast. And not to forget — the Times acquired Serial Productions in July.



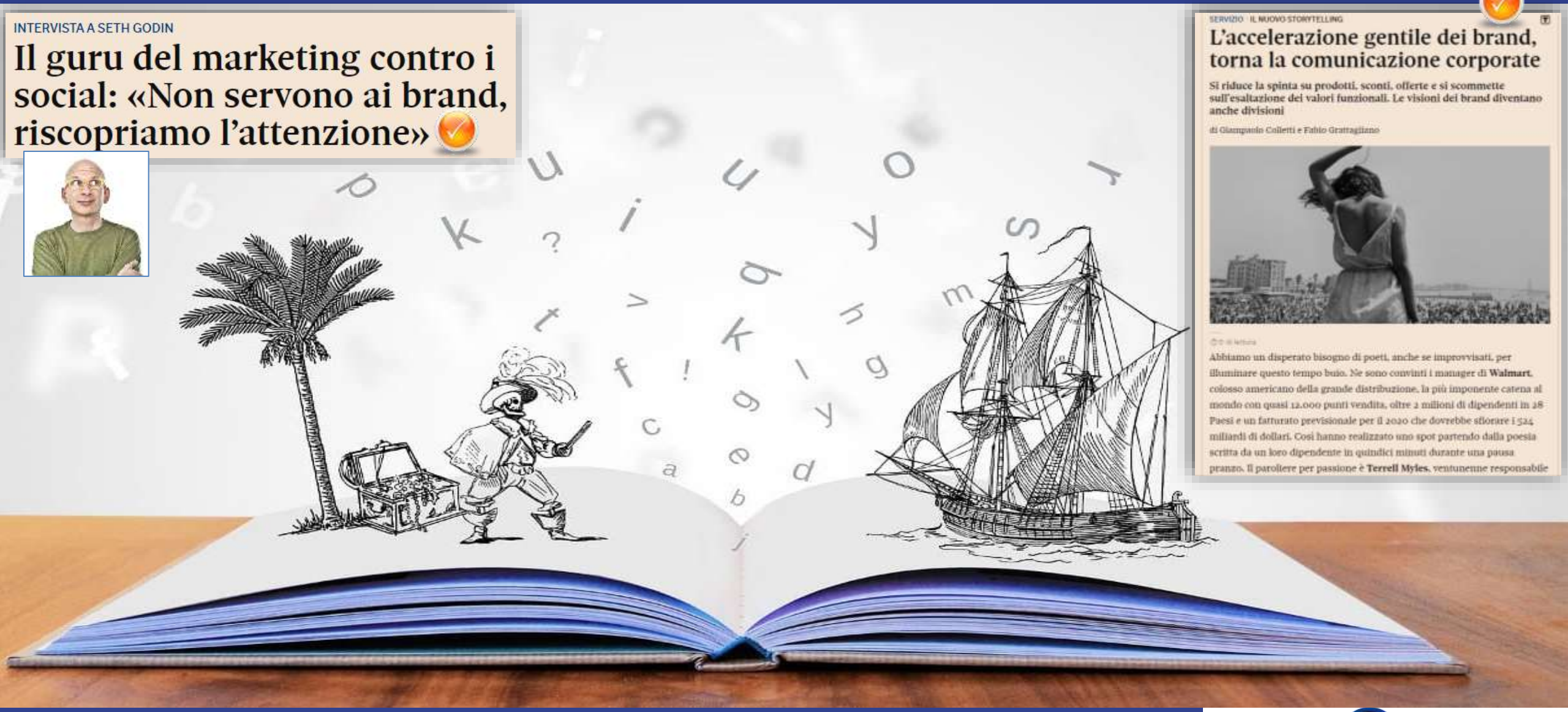
RADIO IT PODCAST NETWORK
PODCAST ITALIA NETWORK

Sui Social Media ci devi essere.
Ma ti fanno crescere? Ti fanno fare business?

«Riscopriamo l’attenzione»: è il momento della narrazione del brand (valori e contenuti aziendali)

INTERVISTA A SETH GODIN

Il guru del marketing contro i social: «Non servono ai brand, riscopriamo l’attenzione»



SERVIZIO · IL NUOVO STORYTELLING

L’accelerazione gentile dei brand, torna la comunicazione corporate

Si riduce la spinta su prodotti, sconti, offerte e si scommette sull’esaltazione dei valori funzionali. Le visioni dei brand diventano anche divisioni

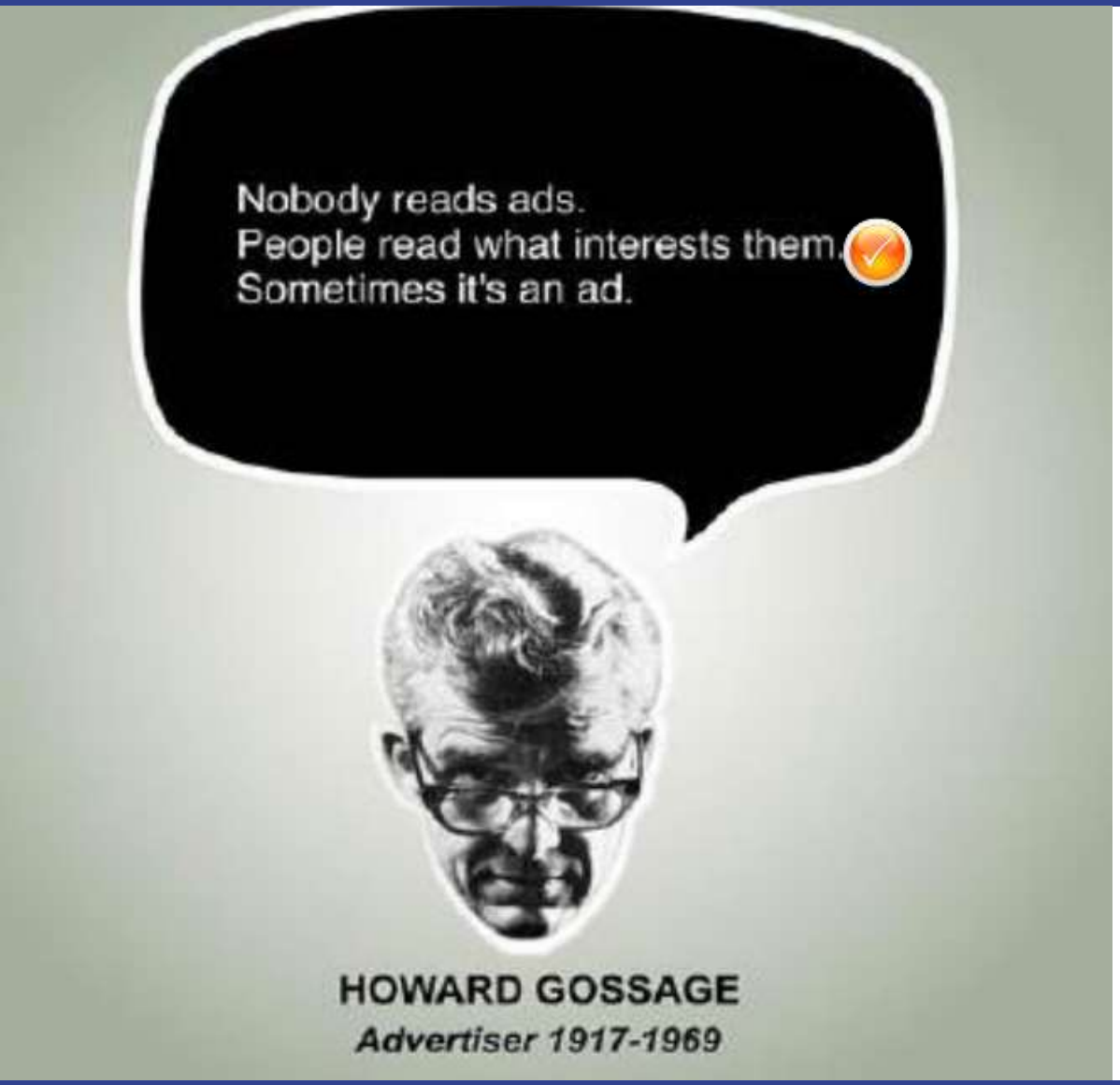
di Giampaolo Colletti e Fabio Grattagliano

Abbiamo un disperato bisogno di poeti, anche se improvvisati, per illuminare questo tempo buio. Ne sono convinti i manager di **Walmart**, colosso americano della grande distribuzione, la più imponente catena al mondo con quasi 12.000 punti vendita, oltre 2 milioni di dipendenti in 28 Paesi e un fatturato previsionale per il 2020 che dovrebbe sfiorare i 524 miliardi di dollari. Così hanno realizzato uno spot partendo dalla poesia scritta da un loro dipendente in quindici minuti durante una pausa pranzo. Il parolliere per passione è **Terrell Myles**, ventunenne responsabile

RADIO IT PODCAST NETWORK
PODCAST ITALIA NETWORK

Brand Marketing = Vendere intrattenendo

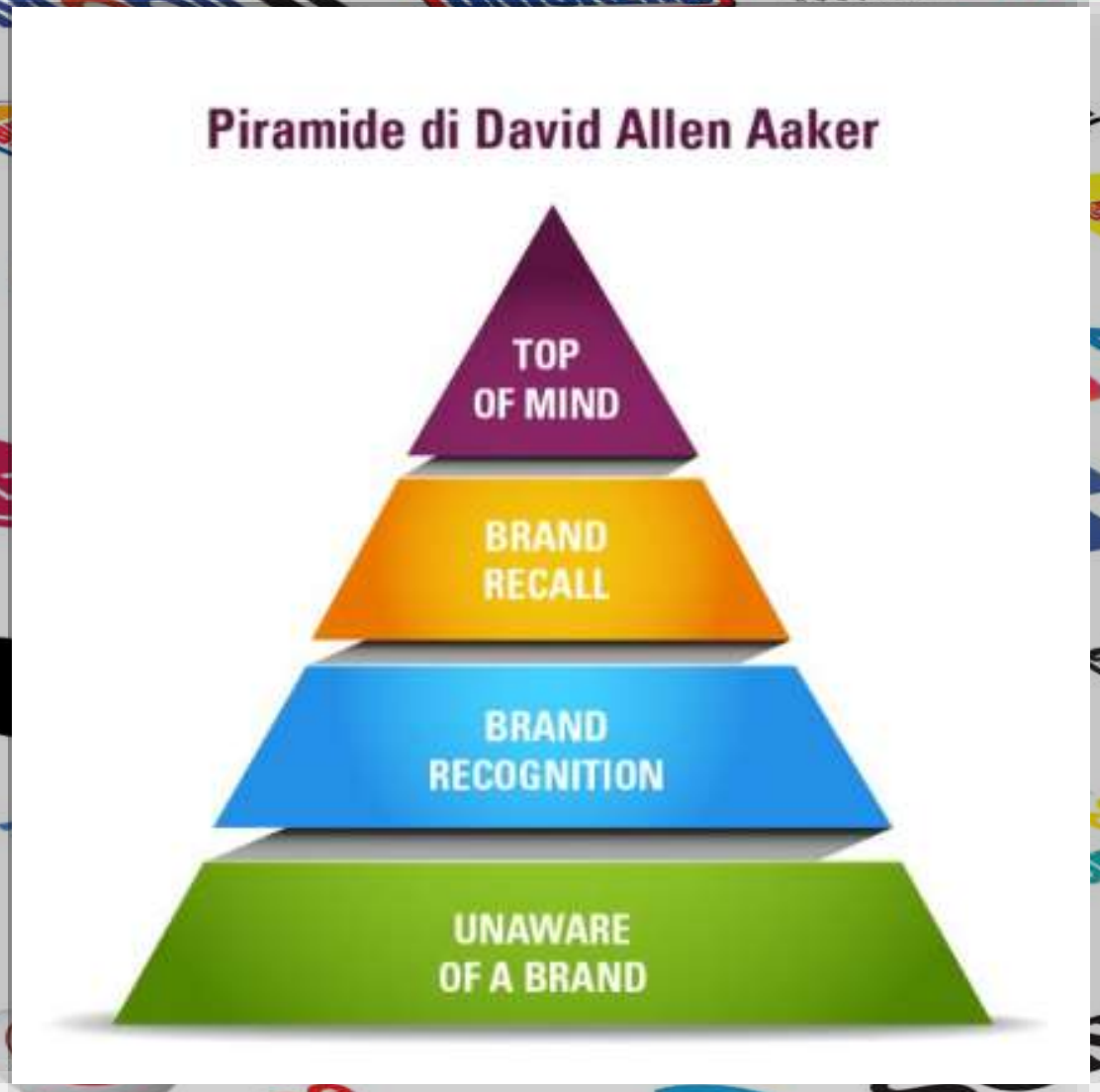
La prima regola della vendita:
parla di ciò che interessa a chi ascolta



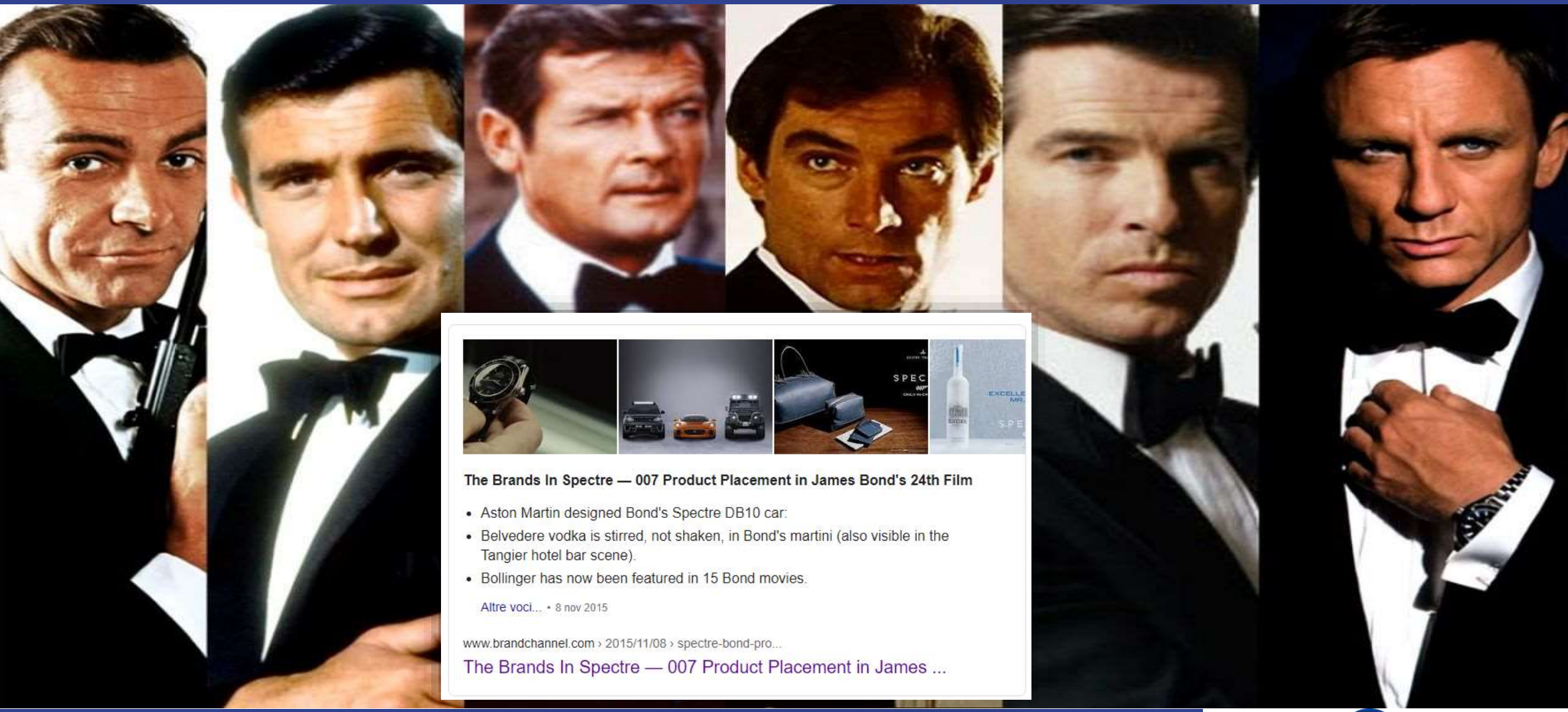
Branded podcast = pubblicità che il pubblico desidera ascoltare

- **Non è un infomercial**
  Non riguarda un prodotto o servizio, non ci sono continui pitch di vendita. Trasmette Valori, Purpose, Vision.
- **Costruito intorno al brand**
  Viene creato intorno al brand che rappresenta, raccontando storie e valori che lo mettano in luce.
- **Crea relazione positiva**
  Gli ascoltatori rimangono ingaggiati dal racconto e ricordano il brand che lo abilita, creando una relazione duratura.

Il podcasting aiuta a scalare la piramide di Aaker



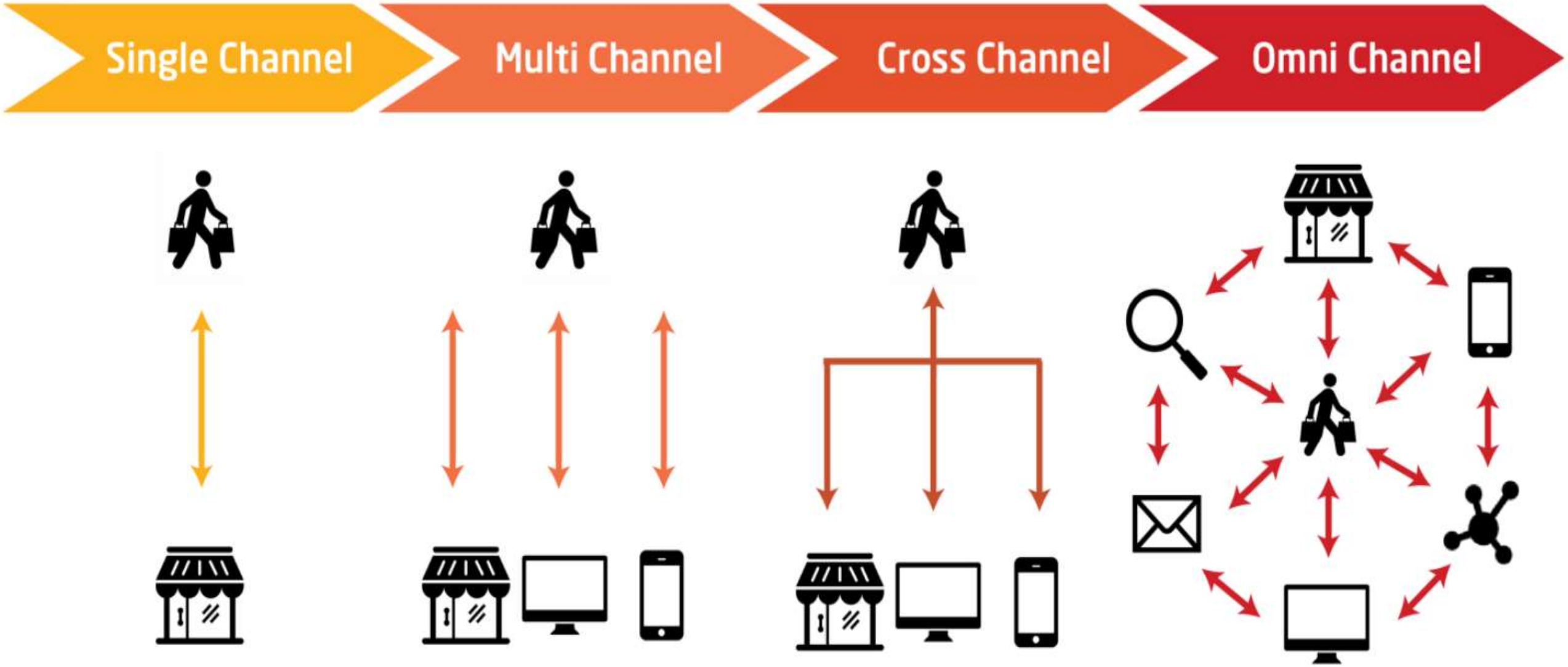
Branded Podcasting = Product Placement



Il Podcasting può entrare in Progetti Cross-media

PODCAST + LIBRO + SERIE TV + SPETTACOLI DI TEATRO: ALCUNI PODCAST SONO UNA PARTE, O IL PRINCIPIO, DI PROGETTI CROSS-MEDIALI

Con i podcast, si completa il percorso verso l'omnichannel



Il mercato podcast: audience e trend

L’audience in Italia: 14.5M

NielsenIQ

L’Italia s’è desta (ed è in ascolto)

NielsenIQ Consumer Insights

NielsenIQ
Settembre 2021

ASCOLTATORI DI PODCAST (almeno una volta nell’ultimo anno)	VARIAZIONE VS 2020	INCREMENTO
14,5 MILIONI	+0,6 MILIONI	+4%
OTTOBRE 2020: 13,9 MILIONI		

audible
an amazon company

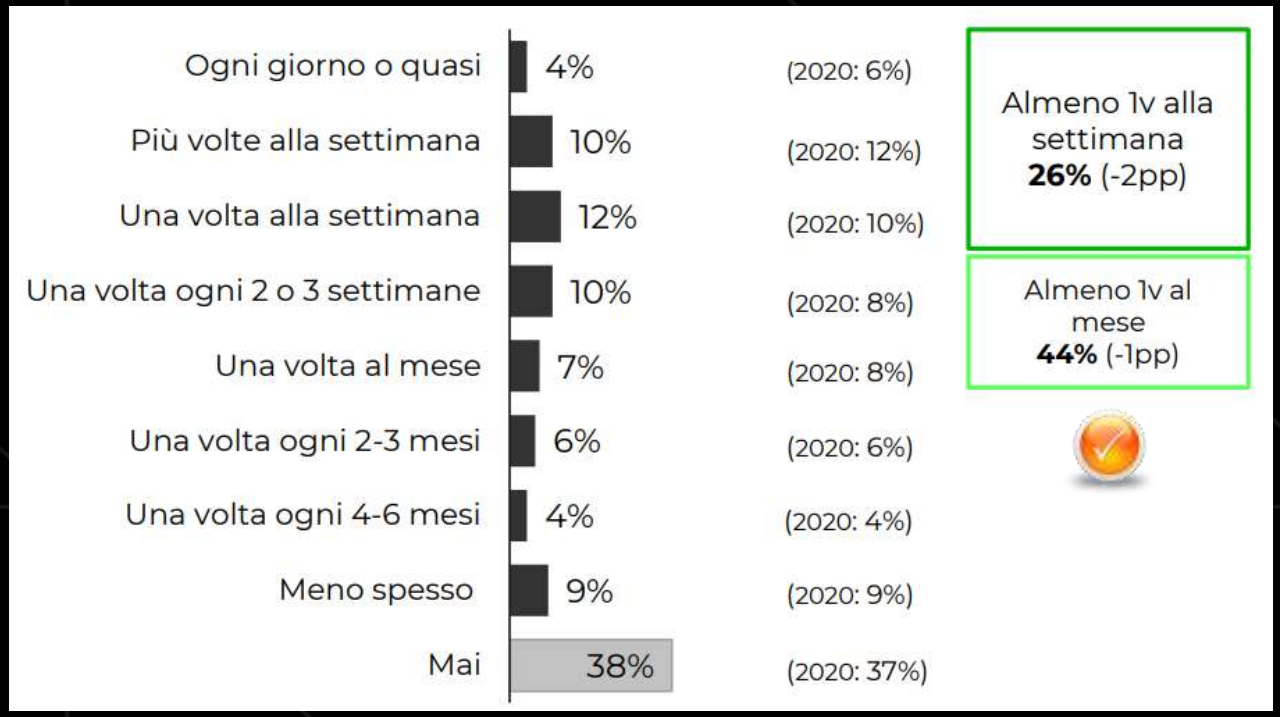
RADIO IT PODCAST NETWORK
PODCAST ITALIA NETWORK

6.4M ascoltatori/mese (44% di 14.5M)

NielsenIQ

L'Italia s'è desta (ed è in ascolto)

NielsenIQ Consumer Insights



NielsenIQ
Settembre 2021

audible
an amazon company

RADIO IT PODCAST NETWORK
PODCAST ITALIA NETWORK

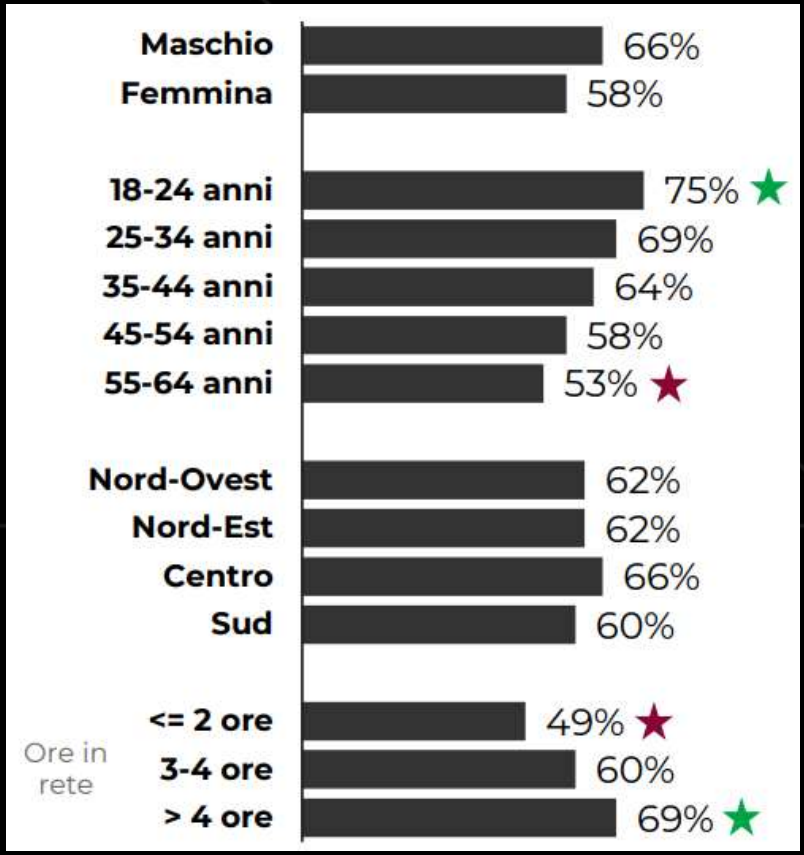
Distribuzione abbastanza omogenea;
Focus: «più» giovani, «frequent internet user»

NielsenIQ

L'Italia s'è desta (ed è in ascolto)

NielsenIQ Consumer Insights

NielsenIQ
Settembre 2021



audible
an amazon company

RADIO IT PODCAST NETWORK
PODCAST ITALIA NETWORK

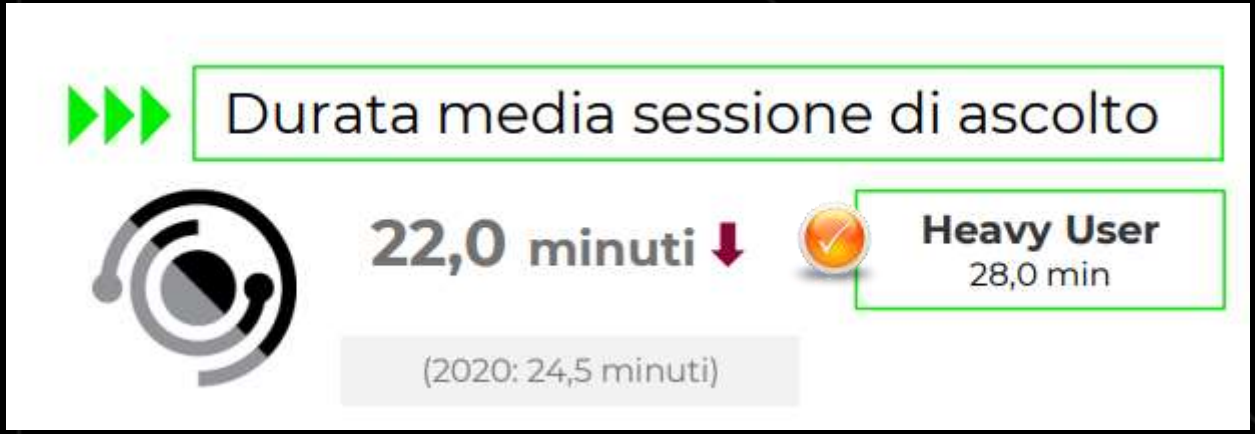
Ascolto prolungato

NielsenIQ

L'Italia s'è desta (ed è in ascolto)

NielsenIQ Consumer Insights

NielsenIQ
Settembre 2021



audible
an amazon company

RADIO IT PODCAST NETWORK
PODCAST ITALIA NETWORK

Ascolto lontano dalla scrivania

81%

CASA

2020	80%
2019	78%

29%

IN MACCHINA

19%

SUI MEZZI DI TRASPORTO

2020	29%	21%
2019	30%	26%

23%

IN STRADA/CAMMINAVA

12%

AL LAVORO

2020	27%	13%
2019	25%	16%

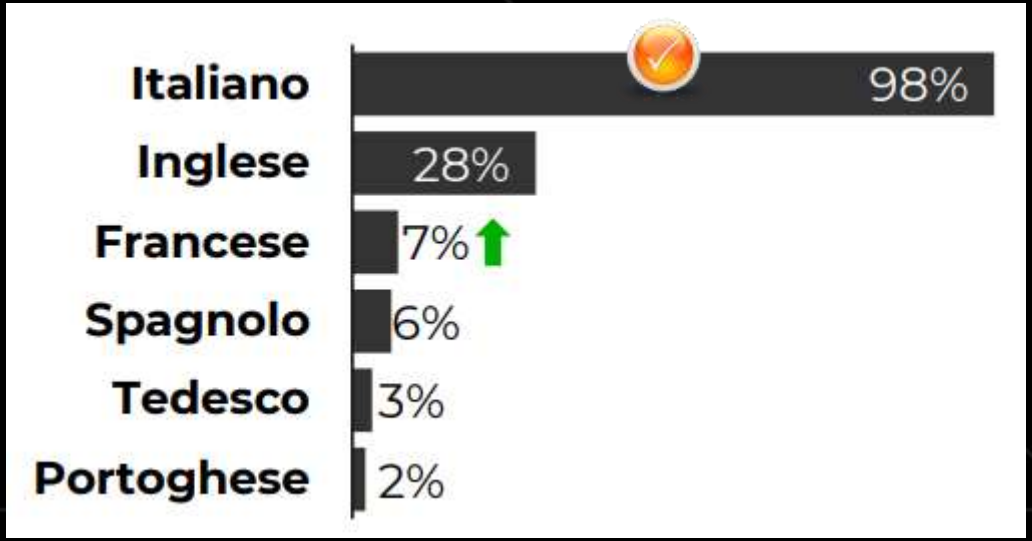
In lingua Italiana

NielsenIQ

L'Italia s'è desta (ed è in ascolto)

NielsenIQ Consumer Insights

NielsenIQ
Settembre 2021



audible
an amazon company

RADIO IT PODCAST NETWORK
PODCAST ITALIA NETWORK

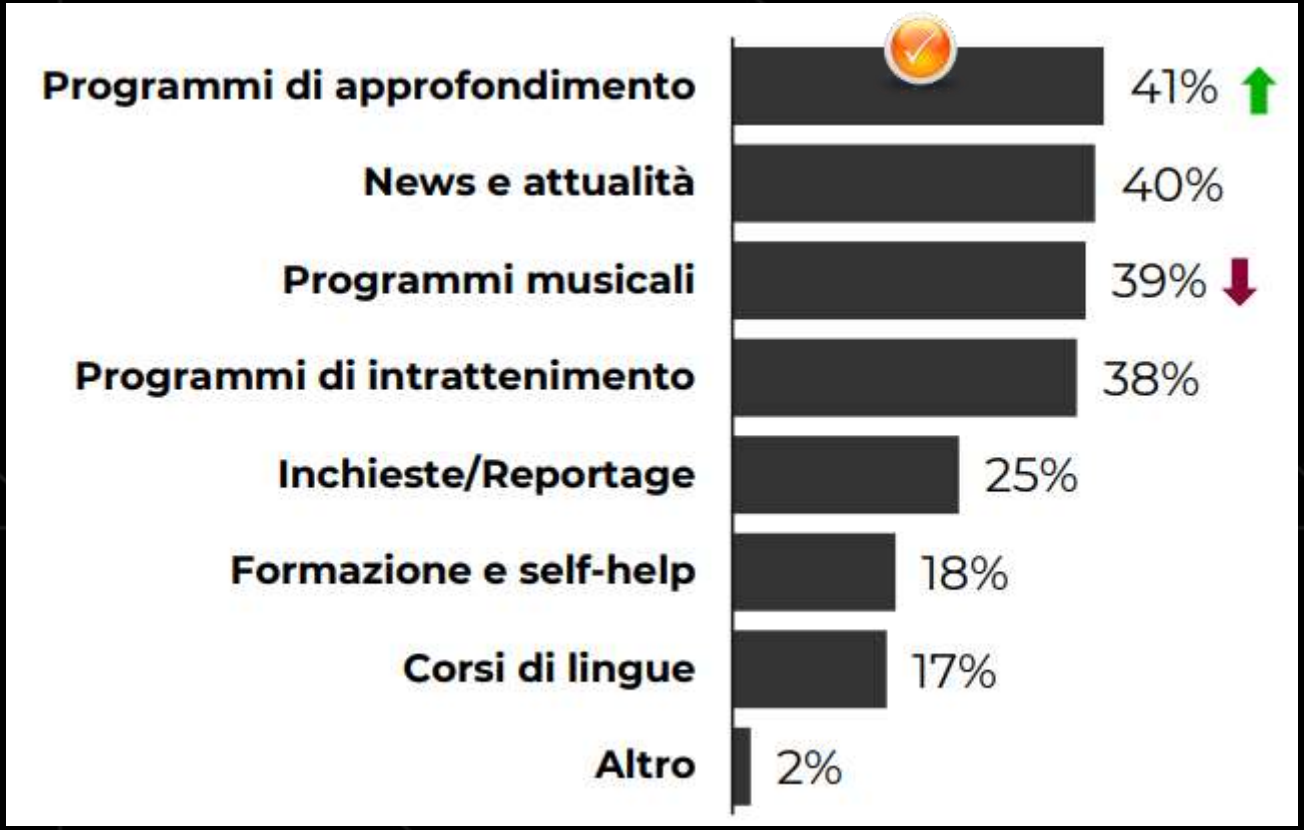
Vince l’approfondimento

NielsenIQ

L’Italia s’è desta (ed è in ascolto)

NielsenIQ Consumer Insights

NielsenIQ
Settembre 2021



audible
an amazon company

RADIO IT PODCAST NETWORK
PODCAST ITALIA NETWORK

L’importanza della serialità

2020	71%
2019	71%

71%

ASCOLTA

SERIE DI PODCAST

30%

2020	32%
2019	41%

ASCOLTA SOLO IL PRIMO EPISODIO O QUALCHE EPISODIO

41%

2020	39%
2019	30%

ASCOLTA SEMPRE LA SERIE PER INTERO

Ipsos

RADIO IT: subito online il tuo branded podcast!
www.radioit.it - pagina 27

RADIO IT PODCAST NETWORK
PODCAST ITALIA NETWORK

Sempre più professioni elevate

	GIOVANI < 35 anni	LAUREATI	STUDENTI	PROFESSIONI ELEVATE liberi prof. / dirigenti / funzionari
	44%	27%	16%	13%
INDICI* POPOLAZIONE	129	131	147	132
2020	52%	22%	19%	10%
2019	48%	23%	16%	8%

14

*L'indice di concentrazione è il rapporto tra il valore % osservato nel target (ascoltatori podcast ultimo mese) e il valore % osservato nella popolazione

Gli ascoltatori poi agiscono

degli utenti podcast **RICORDA** di avere ascoltato **MESSAGGI PUBBLICITARI** abbinati a podcast

47% **E HA COMPIUTO UN'AZIONE**

(IL 67% DI CHI RICORDA)

2020	49%
2019	50%

26%

CERCATO

maggiori informazioni

SUI BRAND/PRODOTTI/SERVIZI PUBBLICIZZATI

2020	30%
2019	30%

18%

PARLATO

ad amici o conoscenti

DEI BRAND/PRODOTTI/SERVIZI PUBBLICIZZATI

2020	16%
2019	18%

11%

ACQUISTATO

BRAND/PRODOTTI/SERVIZI PUBBLICIZZATI

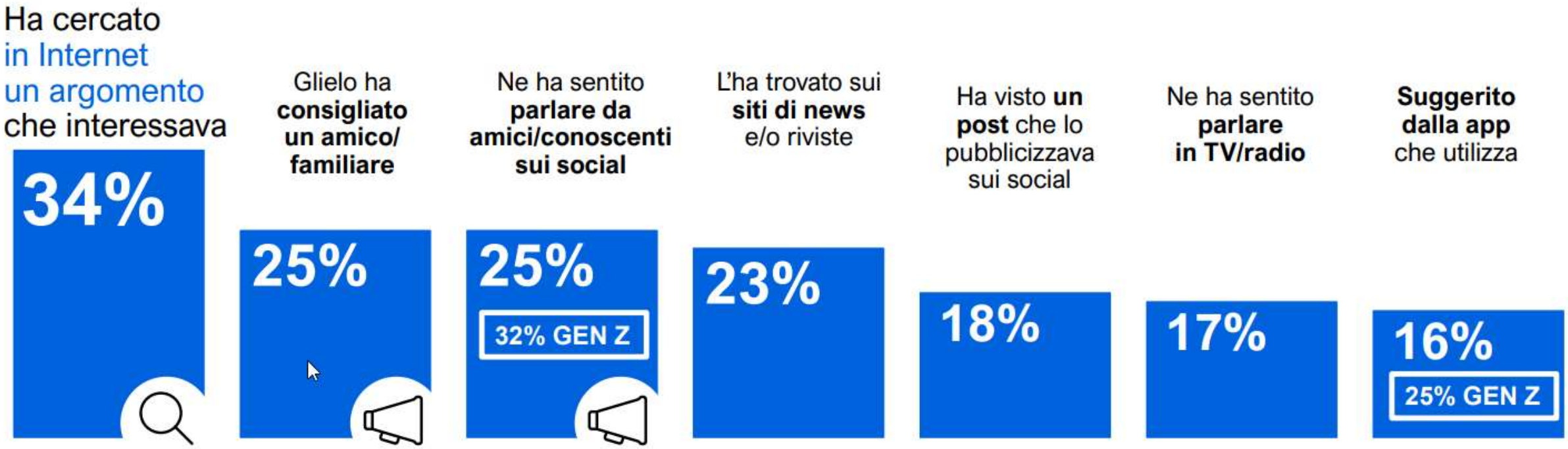
2020	10%
2019	13%

34

Ipsos

Fattori chiave per il successo:
SEO, Online Advertising, passaprola, attività promozionali

Lei di solito decide di ascoltare un podcast perché ....



	Ha cercato in Internet un argomento che interessava	Glielo ha consigliato un amico/ familiare	Ne ha sentito parlare da amici/conoscenti sui social	L'ha trovato sui siti di news e/o riviste	Ha visto un post che lo pubblicizzava sui social	Ne ha sentito parlare in TV/radio	Suggerito dalla app che utilizza
2020	37%	26%	24%	23%	22%	17%	15%
2019	38%	23%	25%	26%	17%	20%	19%

24

RADIO IT in 3 semplici passi

È tempo di Podcasting

La piattaforma RADIO IT

Creare un Branded Podcast

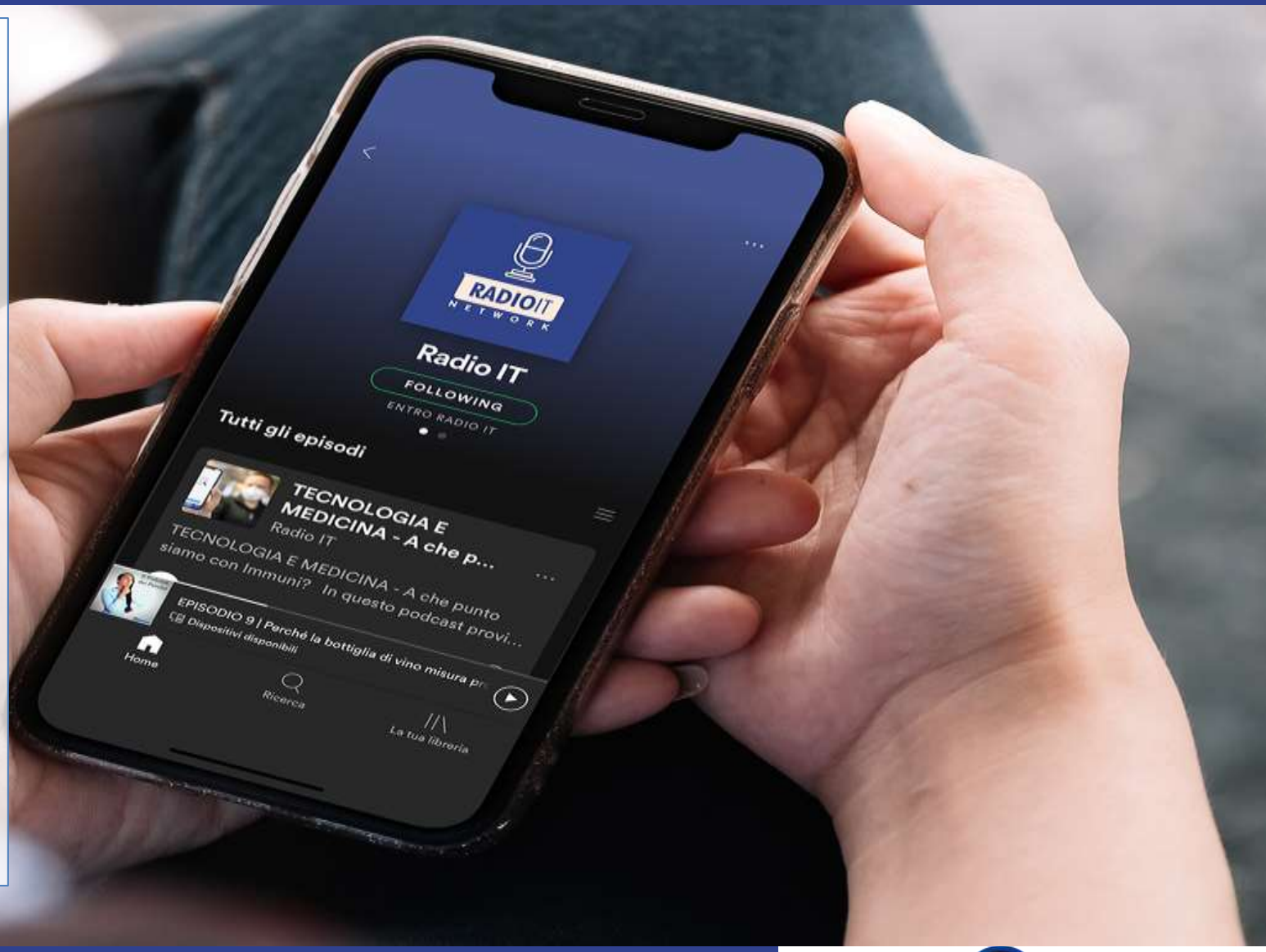
2019, 9 trend e un’idea: nasce RADIO IT!

1. Le aziende vogliono **parlare con i clienti e il mercato**
2. Le persone (clienti) desiderano fruire di **contenuti interessanti**
3. Le persone (clienti) desiderano fruire di contenuti **quando/come/dove vogliono**
4. **Gli assistenti vocali** si stanno diffondendo, a casa e in ufficio
5. Il **podcasting** è il media con maggiore **crescita %**
6. **Il mondo IT** è digitale e **più sensibile di altri all’innovazione**
7. I **social media** sono il modo con cui fruiamo la **maggioranza delle news**
8. I **social media** (e Google Ads) consentono una **buona profilazione dell’audience**
9. Una **piattaforma integrata può semplificare** l’accesso delle aziende al **podcasting**

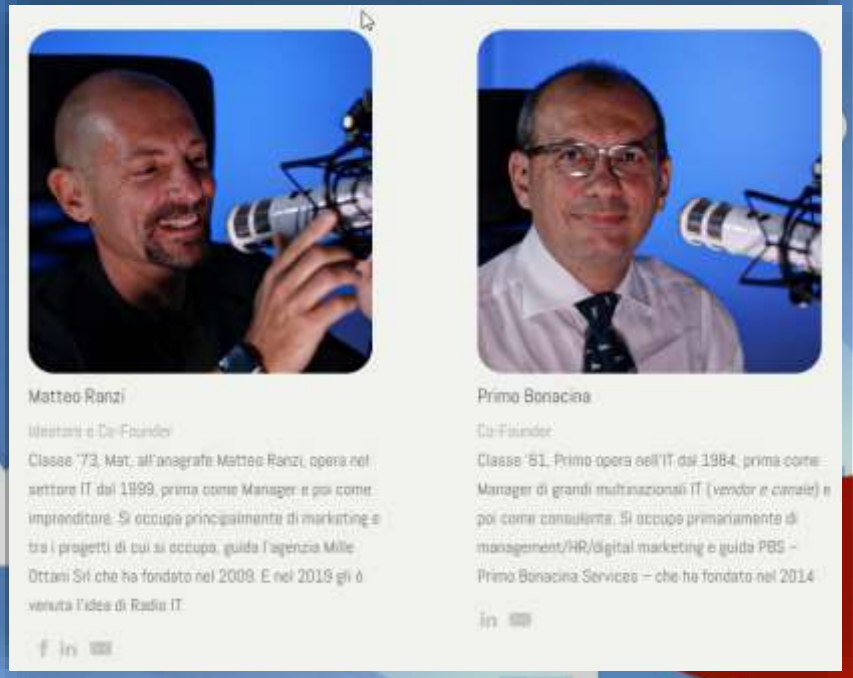
… un’idea: RADIO IT, la piattaforma integrata abilitante per il podcasting in area IT e Digitale

RADIO IT: la piattaforma integrata per il podcasting IT/Digital

- **«La voce dell'IT e del Digitale»:** diamo voce ai protagonisti e ai temi più caldi in area IT, Digital, Innovation, Technology
- Iniziativa **audio + web**, che apre la strada all'infotainment di settore
- **Piattaforma integrata abilitante** indipendente nata per portare i **brand verso il podcasting («branded podcast»)**



Alla guida



Matteo Ranzi

Ideatore e Co-Founder

Classe '73, Mat, all'anagrafe Matteo Ranzi, opera nel settore IT dal 1999, prima come Manager e poi come imprenditore. Si occupa principalmente di marketing e tra i progetti di cui si occupa, guida l'agenzia Mille Ottani Srl che ha fondato nel 2009. E nel 2019 gli è venuta l'idea di Radio IT

Primo Bonacina

Co-Founder

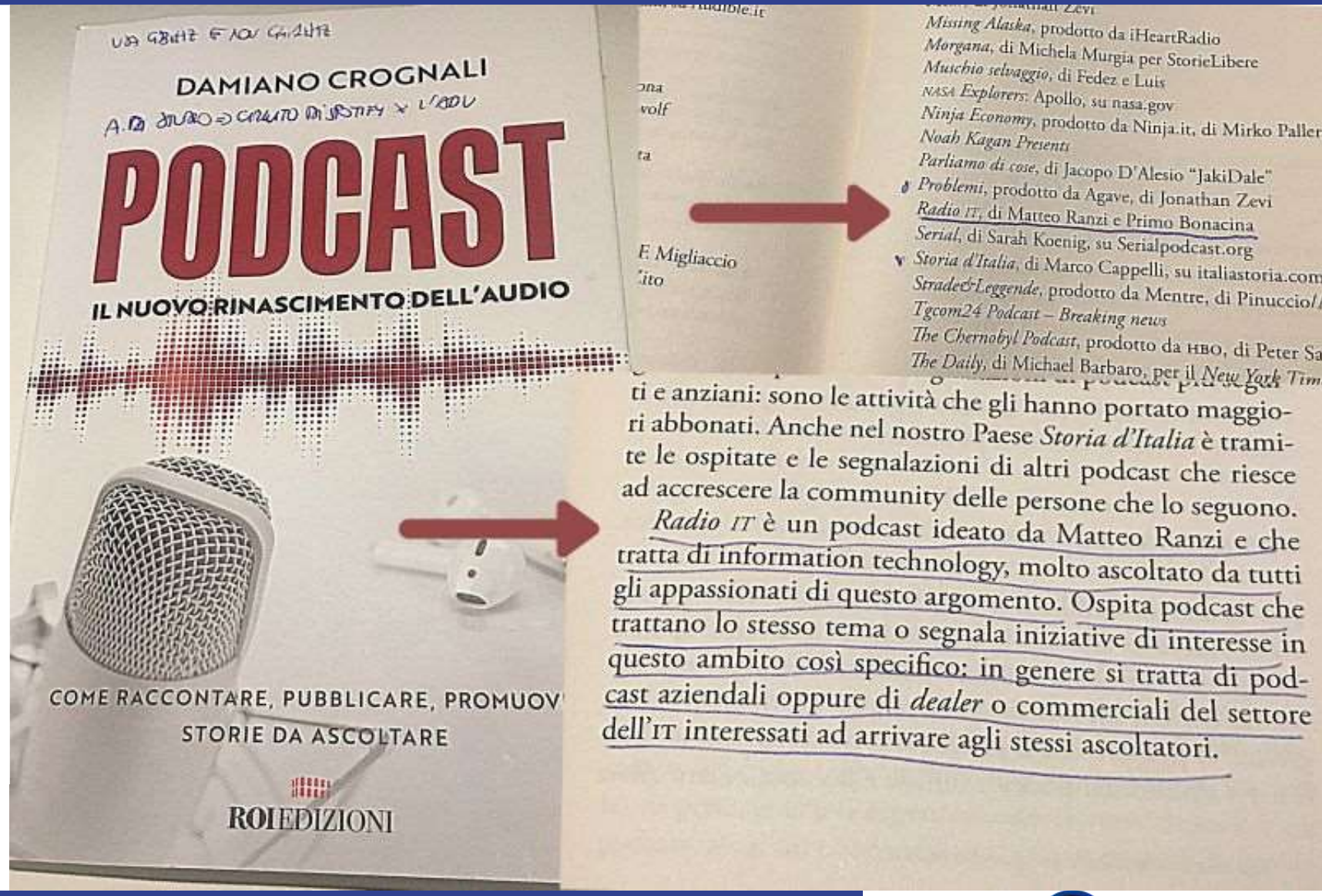
Classe '61, Primo opera nell'IT dal 1984, prima come Manager di grandi multinazionali IT (*vendor e canale*) e poi come consulente. Si occupa primariamente di management/HR/digital marketing e guida PBS – Primo Bonacina Services – che ha fondato nel 2014

Strategy, Platform & Tools, Content, Legal,, Advertising, Facebook

Sales, Operations, F&A, Media & Agency Relations, LinkedIn, Twitter

RADIO IT: subito un punto di riferimento

- 3 citazioni nel miglior libro italiano sul podcasting
  1. All'interno: esempio di podcast di successo in area IT
  2. Nella Podcastgrafia, tra i podcast da ascoltare
  3. Nei ringraziamenti



Alla scoperta dell'Intelligenza Artificiale (by RADIO IT e AIxIA): al 1° posto tra i podcast da non perdere sull'AI

12 Novembre 2020 · Tendenze

Podcast AI: i 5 podcast da non perdere sull'Intelligenza Artificiale

Come restare sempre aggiornati sull'AI? Pigro vi consiglia i migliori podcast italiani per scoprire tutte le novità

Come avvicinarsi al mondo dell'Intelligenza Artificiale? Il team di Pigro ha seguito e selezionato per voi alcuni dei migliori Podcast AI realizzati negli ultimi anni.

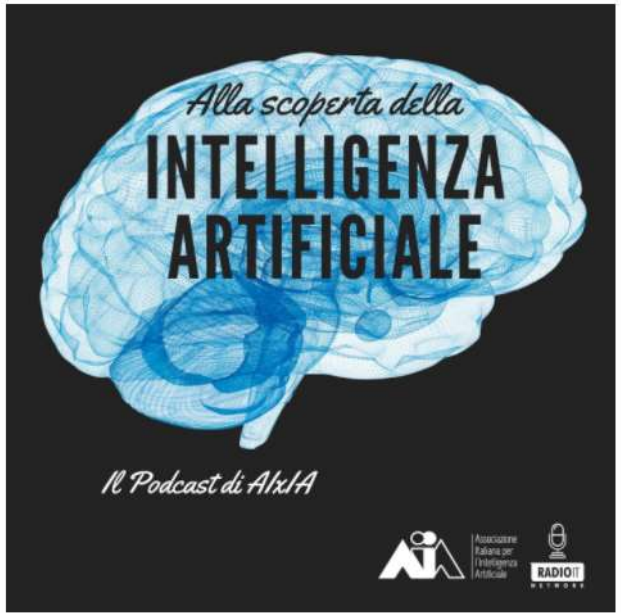
1. *Alla scoperta dell'Intelligenza Artificiale* – Associazione Italiana per l'Intelligenza Artificiale (AI*IA)

Matteo Ranzi e Igor Principe, le due voci narranti del podcast AI, analizzano i principali aspetti dell'intelligenza artificiale. Partendo dall'evoluzione storica, vengono trattate poi nello specifico le conseguenze e le trasformazioni che l'AI ha sulla società, l'ambiente e l'economia.

Il quarto episodio, ad esempio, racconta di come l'AI stia rivoluzionando il marketing (marketing AI), prevedendo i comportamenti di acquisto o calcolando la propensione del cliente a cliccare su un determinato annuncio pubblicitario. Come? Addestrando algoritmi di machine learning sui profili di persone che in passato hanno comprato il prodotto e che saranno perciò in grado di dirci se l'audience a cui ci si vuole rivolgere è propensa all'acquisto, ancora prima di contattare quel lead.

Gli speaker vengono affiancati, ogni puntata, da esperti del settore, come Emanuela Girardi (fondatrice di Pop AI), Piero Poccianti (presidente di AI*IA), Davide Bacciu (ricercatore all'università di Pisa), Lorenzo Luce (Amministratore delegato di Bigprofiles).

7 podcast tematici «free» (target: CxO community)



RADIO IT: l’audience naturale («community») e indirizzata

50% Naturale («community»)

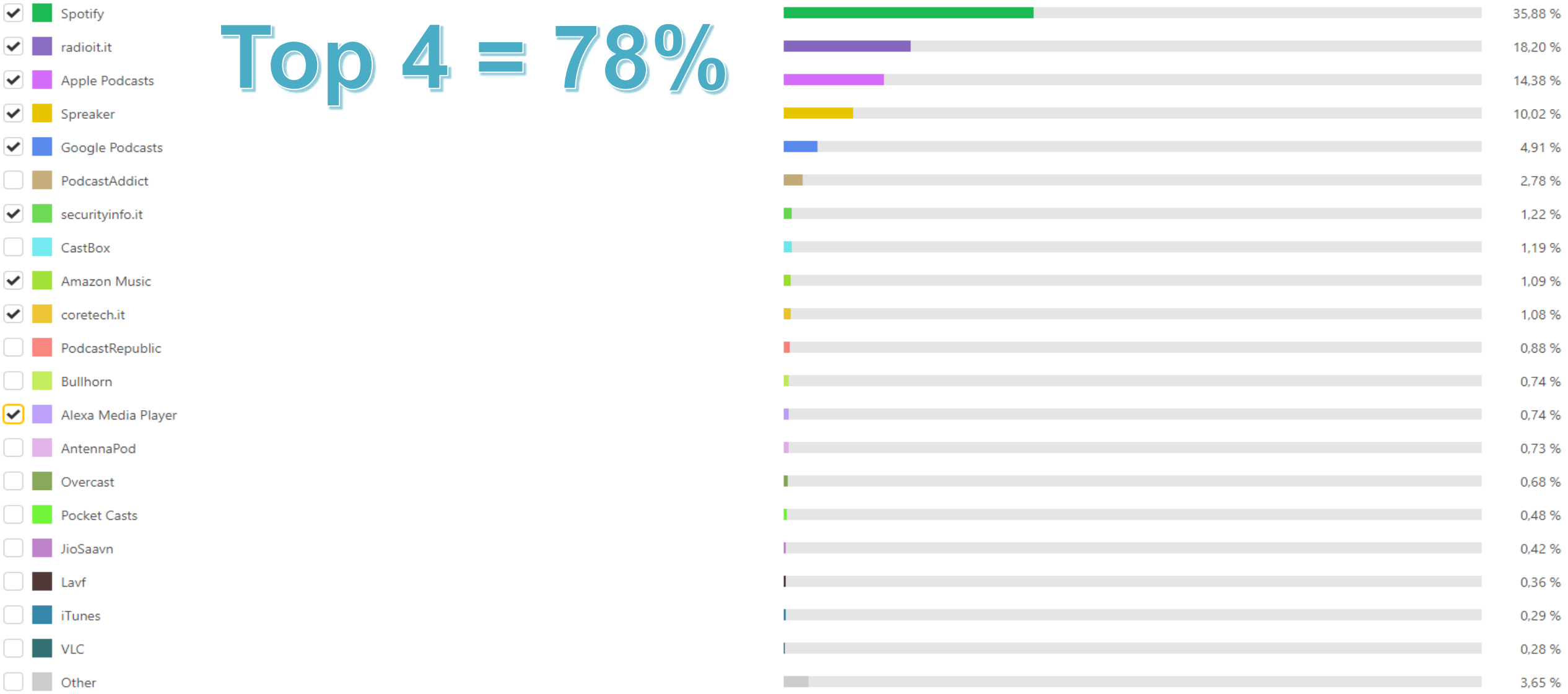
- **Management (CxO) di aziende midmarket/enterprise (CIO/CISO,** CEO/COO, CMO/CDO, CFO, CHRO …), middle management, staff
- **Offerta IT e Digitale** (interessata a parlare con i CxO)**:** canale (distributori, VAR/reseller, retailer), vendor, software house, cloud/service/solution provider, consulenti, influencer

50% Indirizzata …

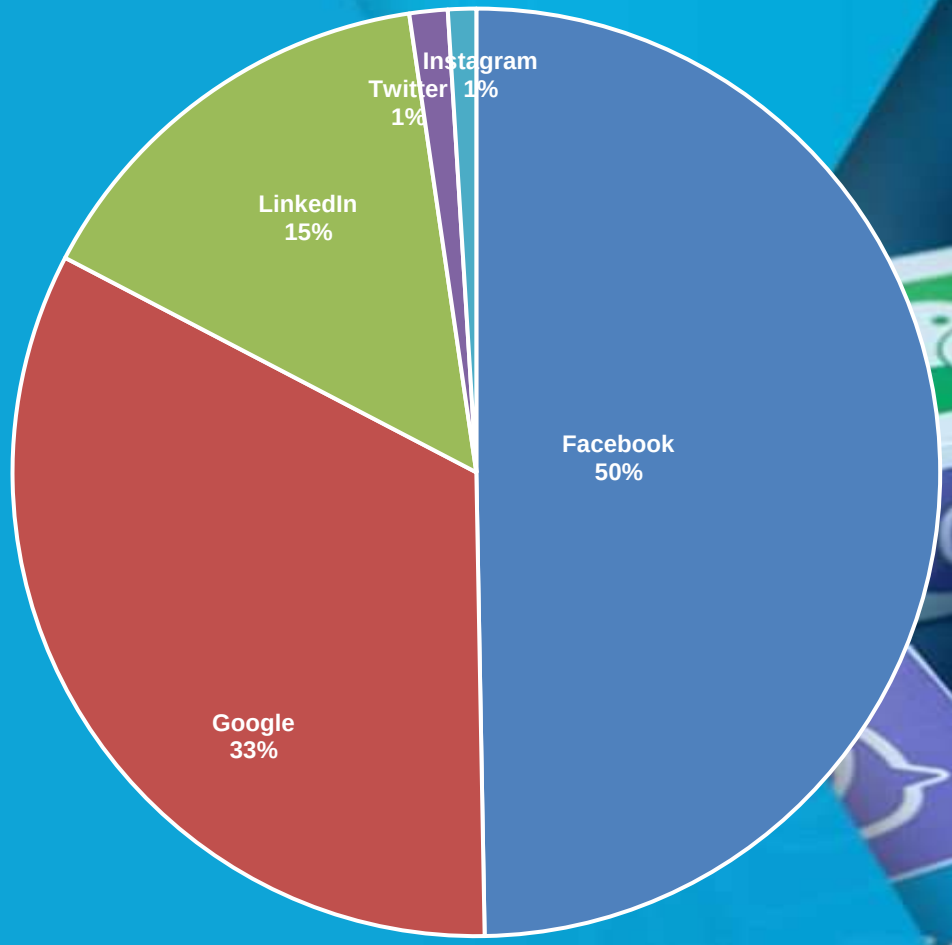
- … dagli sponsor e dai loro ecosistemi
- … da campagne pubblicitarie specifiche per episodio
- … da social media e podcast tematici di RADIO IT
- … dalle keyword e argomenti dell’episodio (SEO, #hashtag)

RADIO IT: top 20 fonti di ascolto, ultimi 12 mesi

Top 4 = 78%



Traffico da Social Media: post e campagne (12 mesi)



RADIO IT si affianca a Podcast Italia Network (https://www.podcastitalianetwork.it/)

RADIO IT
- B2B, CxO, Digitale, IT

Podcast Italia Network
- B2C, altri settori

Podcast Italia
Network
CASA DI PRODUZIONE PODCAST PER AZIENDE E BRAND

Podcast Italia Network: anche produzioni original

LA STORIA DI EMA

IL PODCAST

La storia vera del meccanico diventato una Webstar

IL PODCAST

Questa è una storia vera che nessuno aveva mai raccontato prima.
Ema, il protagonista, è il meccanico più seguito nel web in Italia, con oltre un milione di follower e venti milioni di visualizzazioni uniche al mese nei social. I suoi video sono virali e gli hanno permesso di approdare anche in televisione, con alcuni programmi realizzati per Discovery Italia.
Ma non è sempre stato tutto così avvincente nella sua vita, e cosa è accaduto lo ha saputo una persona sola. Almeno fino ad oggi. Ora però Mat, Matteo Ranzi, ed Ema, Emanuele Sabatino, ti portano a vivere quelle vicende e a scoprire tutto ciò che non si sapeva ancora della sua storia. La Storia di Ema.

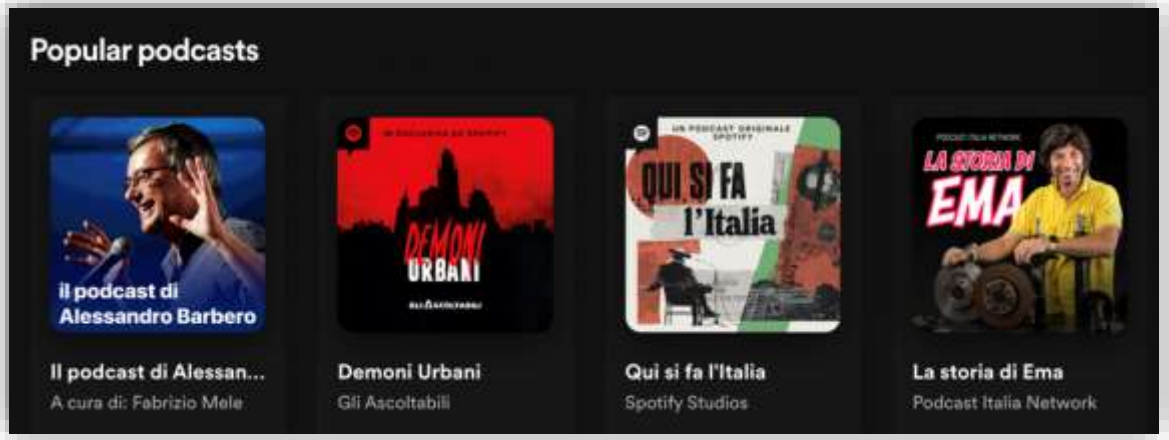
CREDITS

Ideato, condotto e scritto da ***Matteo Ranzi (Mat)***
Voci principali: ***Matteo Ranzi, Emanuele Sabatino, la sua famiglia e i suoi amici***
Sound design: ***Matteo Ranzi*** *con la consulenza di* ***Stefano Tumiati***
Grafiche: ***Franz Pelicioli***
Produzione: ***Podcast Italia Network***

RINGRAZIAMENTI E NOTE

Si ringraziano tutti coloro che hanno contribuito alla realizzazione di questo podcast, sia prestando la propria voce, che apportando contributi differenti.
Ciò che viene raccontato in questo podcast si ispira a fatti realmente accaduti e per la ricostruzione degli eventi sono stati utilizzati anche contributi audio e video disponibili pubblicamente nel web.

Riconoscimenti, posizioni top in classifica Spotify



Sponsor e partner (RADIO IT + Podcast Italia Network)

Podcast

ABAS
ANIASA
ANTARESVISION
assicoop
ASSOProvider
AXIS COMMUNICATIONS
BERLUCCHI
Bitdefender
BRAiNCARE
CITRIX
COHESITY
COLIN
COMMVAULT
CoreTech
CYBERARK
CYBEROO
DARKTRACE
E4 COMPUTER ENGINEERING
Ema Motorsport
eset
esprinet
EXCLUSIVE NETWORKS
F-Secure
Gruppo Ergon
HWG
ICOS
impresoft group
infobip
INTSIGHTS Defend Forward
ivanti
KÄRNTEN
Logicom
NEON
ORACLE
sky
SOPHOS
tableau
VERTIGO
WALCE
WSS

Terze Parti

CLOUDIAN
CONSUMERD
Euromobil
exabeam
FIREEYE
FORCEPOINT
FORTINET
intel
Kingston
Melinda
Microsoft
POLTI
proofpoint
SentinelOne
SUPERMICRO
WALLIX
WatchGuard
ZYXEL

Agenzie

ALTAIR
CONNEXIA
kore event designer
Lifonti &Company
NOW! PR
primapagina
Reportec
ROCK communications
SOLUZIONE
Sound public relations

Episodi, Pubblicità

ATENA INFORMATICA
AVM
boolebox
CISCO
DELL Technologies
Insight
Jabra GN
ORACLE NetSuite
sicetelecom.it
skybackbone engenio
tp-link
veeam

Media & Partnership

alpsa
AIA
ASSINTEL
brainz Networking B2B
CIO CLUB
DATA CENTER NATION
DIGITAL CLUB
DIGITALINNOVATIONDAYS
F4 Faq400
Smart Marketing
SOUND BIT VISUALSTATION

RADIO IT in 3 semplici passi

È tempo di Podcasting

La piattaforma RADIO IT

Creare un Branded Podcast

Per un podcast di successo servono 5 componenti. Una piattaforma integrata le offre tutte!

1. Contenitore (Tecnologia)

Minisito (pubblico/privato), Spazi cloud, Strumenti software, Sviluppi ad hoc, Manutenzione, Studi registrazione, Microfoni, Registrazione, Montaggio, Post-produzione, Fonico/Sound Design, Grafica, Statistiche audio/web, Produzione file audio

2. Contenuti

Briefing, Concept, Format, Storytelling, Storyboard, Scrittura, Palinsesto, Podcast/Episodi/Trailer, Grafica, Musiche/Sigle, Giornalisti professionisti, Raccolta informazioni, Briefing Speaker, Voce, Creatività, Best Practice, Copywriting, Autorevolezza, Riconoscibilità, Testimonial, Influencer, Estrapolazione audio

3. Distribuzione e SEO

Canali podcast, Presenza web (embed), Distribuzione molteplici App Audio, Alexa Smart Speaker, SEO (web e app), RSS Feed, QR code

4. Promozione gratuita

Social Media (post ripetuti), #Hashtag, Newsletter, Sales tool, Iniziative Azienda Sponsor

5. Promozione a pagamento

SEM/Online Advertising/Ads, Video di lancio/supporto, Eventi, Stampa

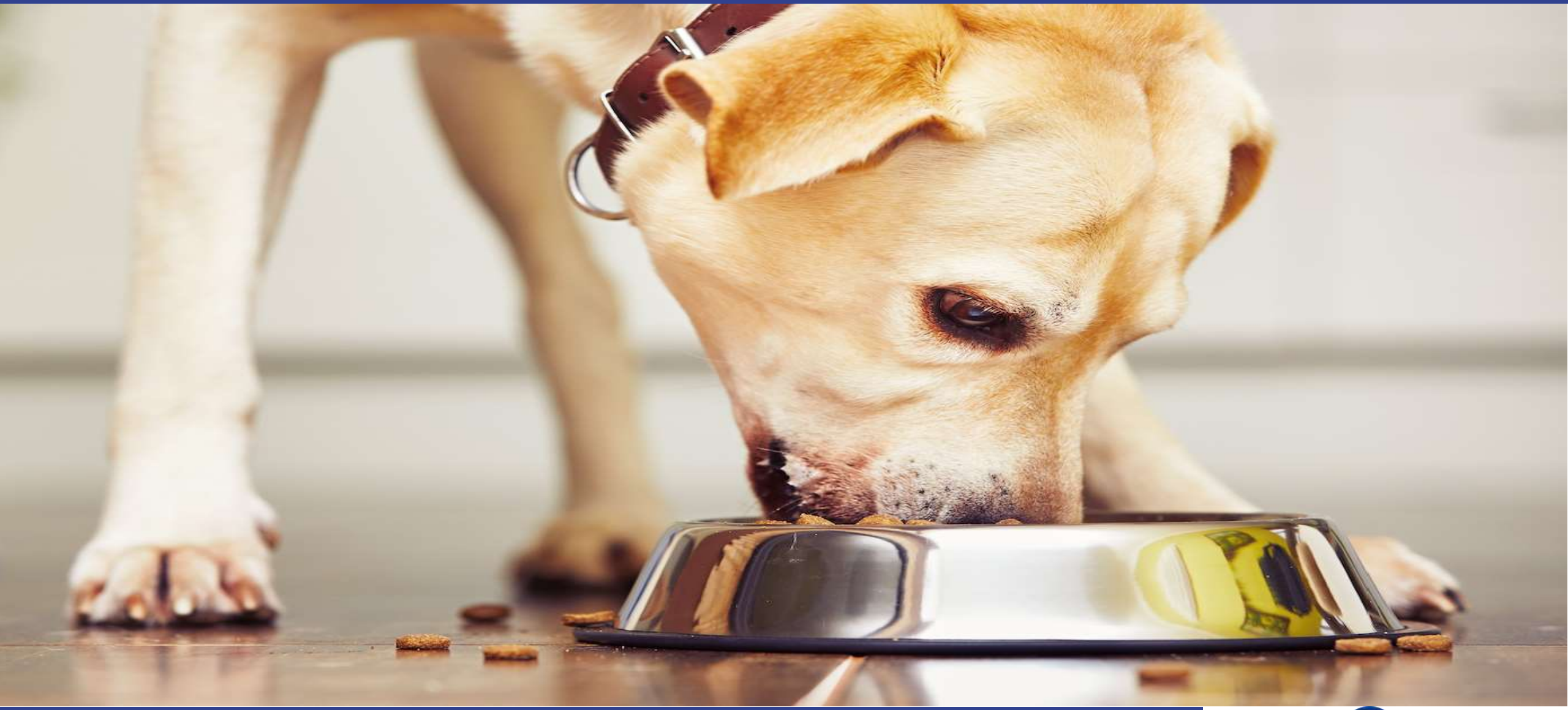
Quale formula per gli ascolti?

$$\int_{-\infty}^{\infty} \sqrt{\frac{\sqrt{x^n} + 1}{\alpha + \beta^\gamma}}\, dx$$

RADIO IT PODCAST NETWORK
PODCAST ITALIA NETWORK

La formula degli ascolti è a «3C»:
(1) Chi: autorevolezza, competenza, seguito dei protagonisti (2) Cosa: rilevanza tema, qualità format/racconto/audio/musica (3) Come: distribuzione, SEO, promozione, iniziative a sostegno

Quale è la migliore crocchetta sul mercato?



RADIO IT PODCAST NETWORK
PODCAST ITALIA NETWORK

Quale è la migliore crocchetta sul mercato?

Quella che il cane mangia per prima tra quelle disponibili

RADIO IT PODCAST NETWORK
PODCAST ITALIA NETWORK

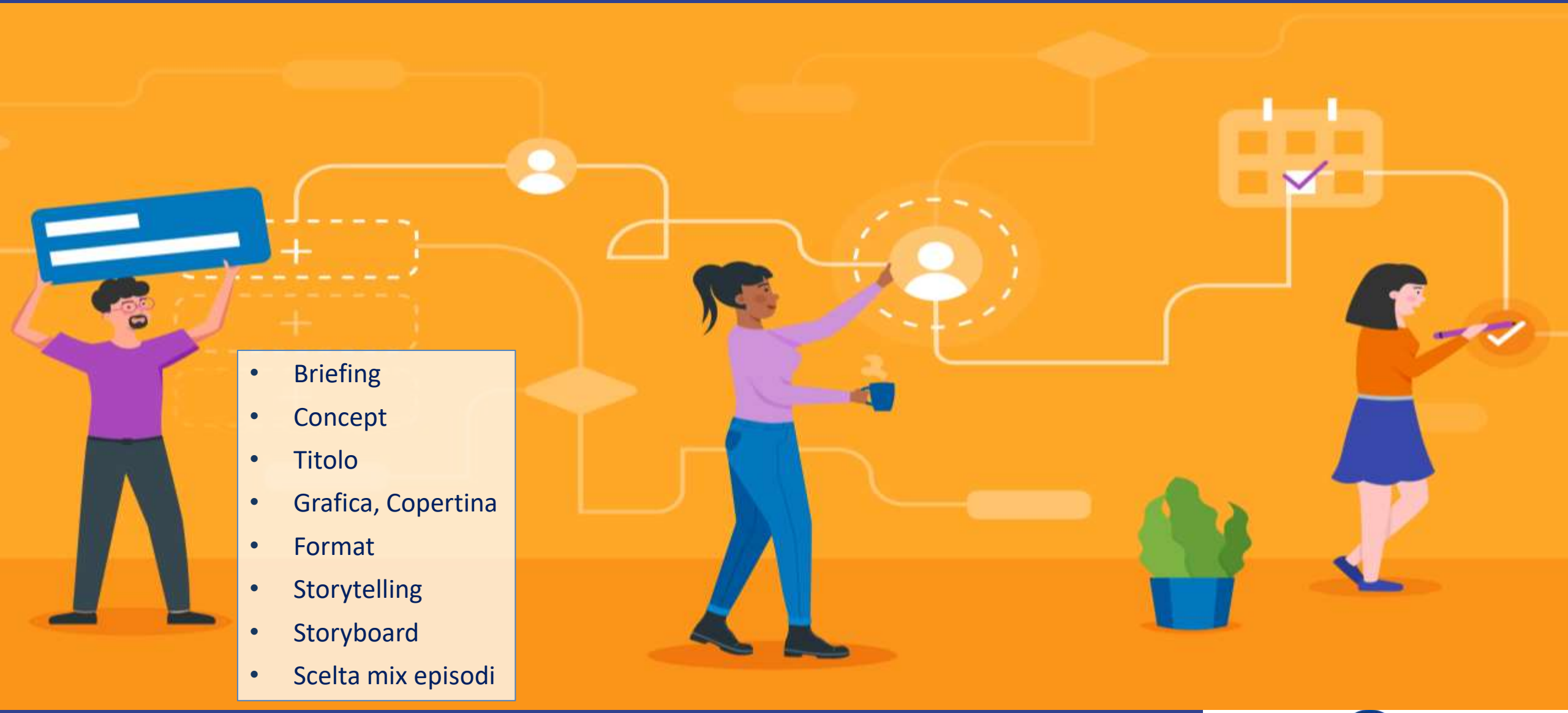
Il punto di partenza: il Terreno narrativo

Valori, offerta, contenuti, identità del brand

Interessi, desideri, abitudini della target audience

Terreno narrativo

Come si crea un podcast? Con un percorso, come ogni altra iniziativa di marketing e business development di rilievo



- Briefing
- Concept
- Titolo
- Grafica, Copertina
- Format
- Storytelling
- Storyboard
- Scelta mix episodi

Iniziamo dal Briefing: brand e valori, obiettivi, target audience, strategia, tattiche, «promessa» all'ascoltatore

INTERVISTA DI BRIEFING AL BRAND (O ALLA SUA AGENZIA):
Aggiornata il 15/11/21

Qui di seguito alcune **domande chiave** per impostare un buon progetto di "*branded podcast*" da collocare all'interno di una strategia di marketing, branding e business development aziendale

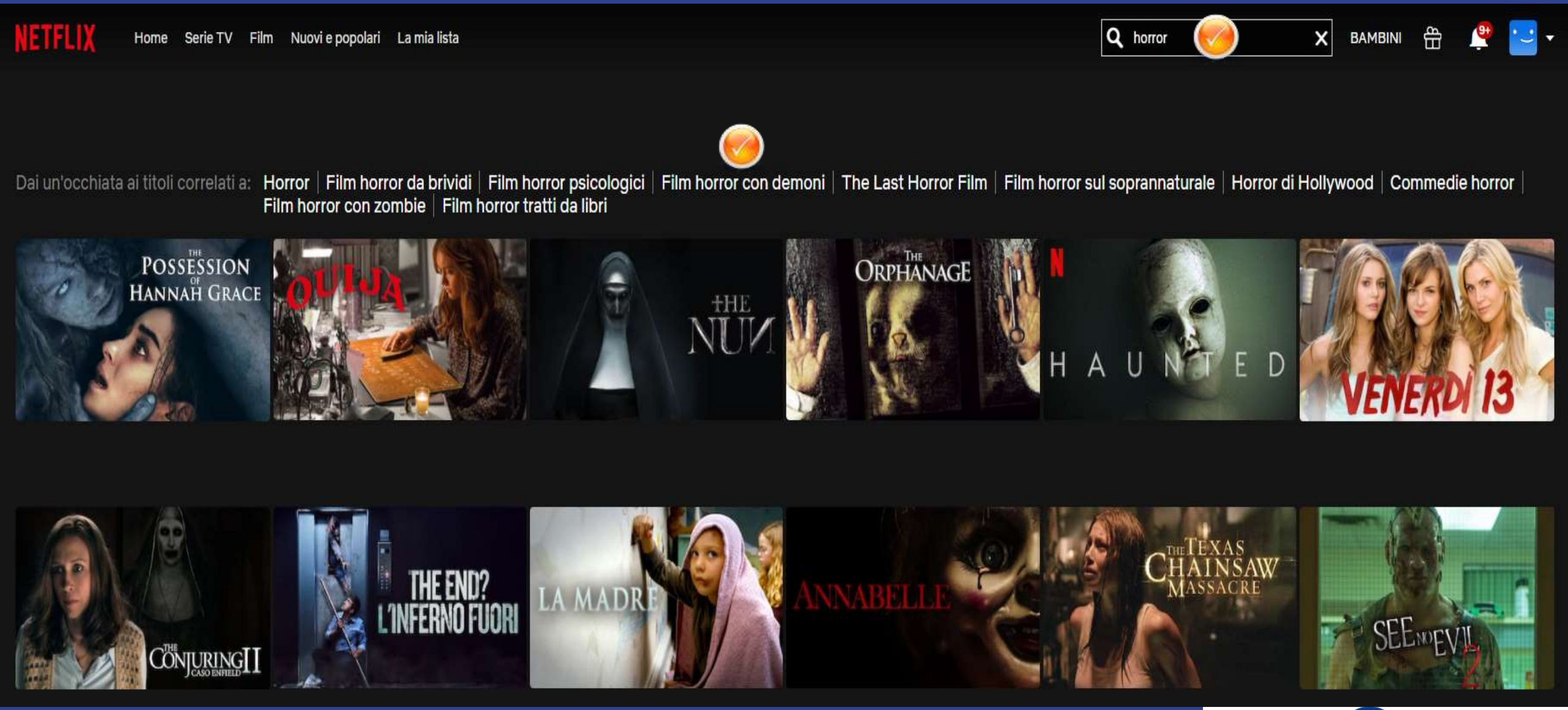
Indicazioni per rispondere:

- *Non è indispensabile rispondere a tutte le domande; L'Azienda (o la sua agenzia) risponderà in autonomia, al suo meglio e in base alle attuali conoscenze e intenzioni. Bastano 20-30 minuti per rispondere*
- *Quanto contenuto in questo documento è da considerarsi confidenziale e riservato; Il briefing serve solo a fornire al nostro team creativo indicazioni e pensieri; Saremo poi noi a fare la sintesi e proporre le soluzioni di podcasting più adeguate, performanti ed efficaci, motivandole*

Domande Intervista:

- Data briefing:
- Chi compila il briefing (nome, azienda, funzione)
- Quale è l'azienda o il brand da promuovere (in caso di più brand coinvolti rispondere per ogni brand; Se un brand è primario rispetto ad altri, indicarlo)?
- Quando e dove è nata l'azienda o il brand? Quali i suoi numeri significativi (persone, fatturato, sedi ...)?
- L'azienda, come e a chi vende e/o fattura e/o fa business?
- Quali sono i valori e le specificità? Quale è l'identity dell'azienda e del brand? Perché l'azienda è nata e opera ogni giorno? (completare la frase "Noi lo facciamo, perché ...")
- Parlateci dell'azienda o brand o prodotto o servizio o tema del podcast, usando come traccia queste 2 FRASI:
  - FRASE 1: [brand] è il primo/l'unico [categoria] [caratteristica] *(esempio: Caffè Gold è il primo caffè aromatizzato alla noce moscata)*
  - FRASE 2: [brand] è come [alternativa], ma più/meno/diverso [caratteristica] *(esempio: Caffè Gold è come Caffè Platinum ma meno dolce ... oppure più economica ... oppure più amato dai giovani)*
- Quali sono le parole chiave principali del brand, soprattutto in ottica **SEO/SEM/Google Ads (fornire lista la più COMPLETA possibile)**?
- Quali sono i principali concorrenti del brand (marchi che partecipano attivamente allo stesso mercato)?
- In che lingua è previsto il podcast? Vi interessa produrre lo stesso podcast in più lingue?
- A chi si vuole parlare? Aziende o privati? Quale tipo di azienda o privato? Chi è la «buyer persona»?
- Descrivete l'audience "primaria": età, area geografica, territorio, gender, figli/famiglia, capacità e abitudini di acquisto, valori ...
- A parte l'audience primaria di cui sopra, esiste anche un'audience secondaria cui si desidera parlare?
- Cosa interessa ai potenziali ascoltatori? Cosa è importante per loro? Quali sono le loro esigenze?
- Quali problemi l'audience potenziale vive relativamente all'ambito presidiato dal brand? Quali le "paure"?
- Quali sono le risorse aziendali online attive (sito, blog, social media e quali, newsletter, video, ...)? Quali gli obiettivi narrativi? Quali contenuti? Con che frequenza vengono aggiornati?
- Avete già realizzato iniziative podcast **(brand o casa madre, fornire link)**:
- Di cosa vogliamo parlare nel podcast? Cosa vorreste che ci fosse nel podcast? Cosa che NON ci fosse?
- Che «promessa» facciamo nel podcast? Cosa otterrà chi lo ascolterà (informazione, intrattenimento, divertimento, ispirazione, spunti, esempi, partnership, opportunità di acquisto ...)?
- Dopo l'ascolto di un episodio o dell'intero podcast, cosa vorreste che rimanesse all'ascoltatore? In cosa verrebbe arricchito come esperienza/emozioni/informazioni ...?
- Che obiettivi ha questo podcast nella strategia di marketing/branding/business aziendale?
- Esistono campagne e visual aziendali di cui tenere conto? **(allegare o fornire link)**
- Quale è lo stile del brand? Classico o innovativo o «pop» o ...?
- Quale linguaggio preferite? Quale narrazione? Questo podcast è «Information», «Entertainment» o «Infotainment»?
- Che stile raccomandate per il podcast? Quale «audacia» possiamo permetterci? Possiamo rischiare approcci diversi dal solito? Possiamo essere "disruptive"?
- Siete pronti a considerare un podcast in cui il vostro brand sia presente ma non abbia un ruolo primario, ovvero un podcast NON pubblicitario, che possa fungere da informazione e intrattenimento ma senza trasformarsi in uno spot?
- Sono previsti uno o più podcast (serie di episodi)? Di quanti episodi? È previsto un trailer o teaser? **(vedi offerta, se fornita)**
- Avete, anche indicativamente, pensato a un titolo per il podcast?
- Avete, anche indicativamente, pensato a una immagine grafica (copertina) per il podcast?
- Avete, anche indicativamente, pensato a dei contenuti per i singoli episodi?
- Quale durata (minuti) stimata per episodio (min-media-max)? Perché questa durata?
- In quanto tempo li vorreste produrre?
- Quando li rilasceremo? Tutti in un colpo o a uno a uno (e con quale periodicità)?
- Sono previste delle «call-to-action» (rilanci verso altri siti per approfondimenti o scaricare materiale aggiuntivo) all'interno degli episodi?
- Avete ipotizzato uno o più possibili "format" (interviste, pezzi giornalistici, success story, racconti, reportage, mix di stili ...)?
- Ci metterete la vostra voce? Chi è lo speaker? Sono previsti ospiti, clienti, consulenti, influencer, partner, fornitori?
- *(se ci metterete la voce)* Quale microfono userete?
- È un progetto unico e limitato nel tempo? Continuativo? A medio/lungo respiro? Oppure è un progetto "pilota"?
- *(se progetto «pilota»)* Quali fattori ne decreteranno il successo e lo faranno diventare continuativo?
- L'azienda ha a disposizione una propria agenzia di marketing e pubblicità per promuovere i podcast? Oppure necessita di nostro supporto per marketing e online advertising?
- Quali sono le attività promozionali gratuite previste (social media, newsletter, stampa ...)?
- L'azienda ha stanziato un adeguato budget promozionale (online advertising)? Su quali canali a pagamento (Facebook, Instagram, Spotify, LinkedIn, Google Ads Search e/o Display ...)? Per quale periodo e durata?
- Il podcast verrà integrato nei siti dell'azienda? Quali? Come (blog post, home page, playlist widget ...)?
- Volete **aggiungere** altre considerazioni e riflessioni?
- *EVENTUALE MATERIALE AGGIUNTIVO* ***(allegare)****: presentazione aziendale/brand, indirizzi http web/blog/social media, logo (vettoriale o PNG ad alta risoluzione con sfondo trasparente), foto protagonisti, altro ...*

Un podcast fa una promessa, poi da mantenere



RADIO IT PODCAST NETWORK
PODCAST ITALIA NETWORK

Concept: classico, tematico o pop

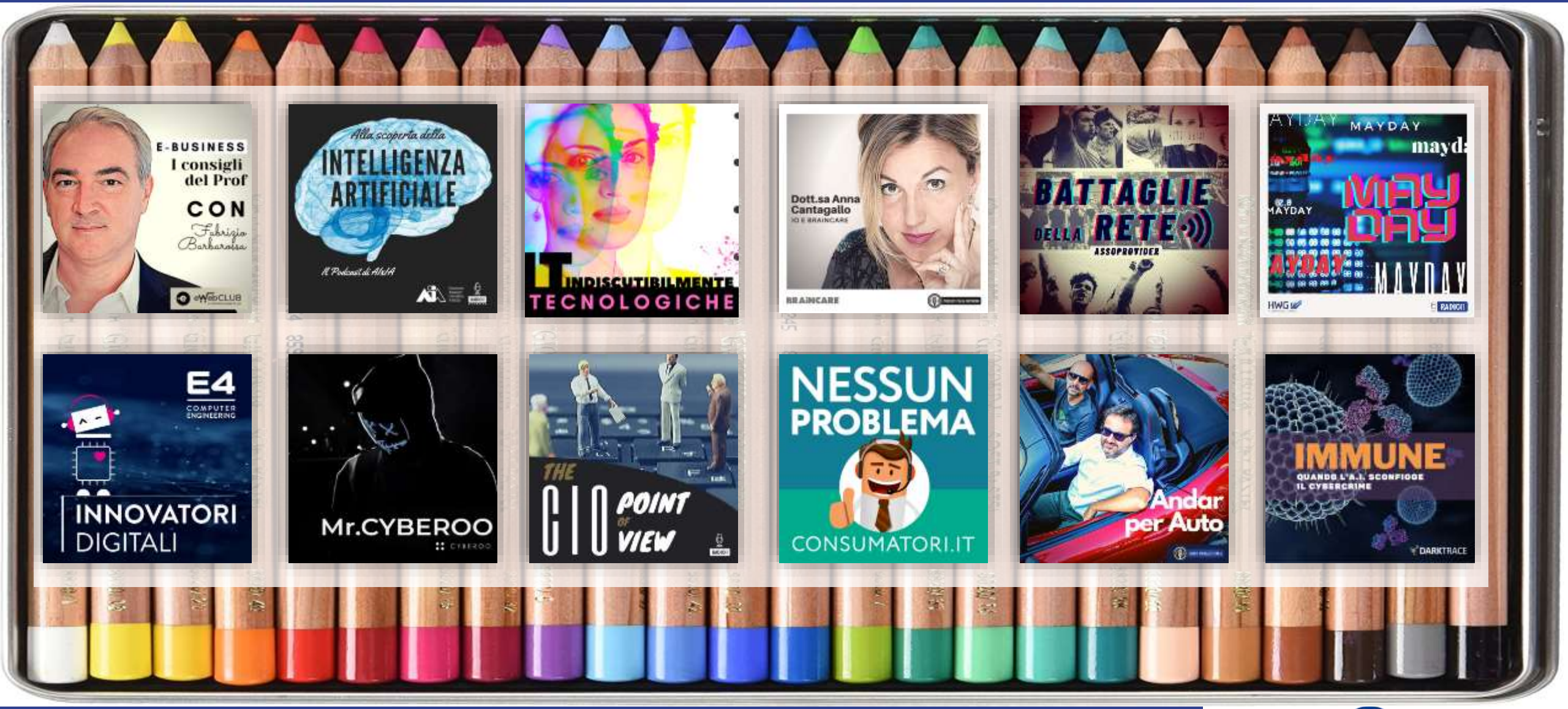
Corporate

Pop

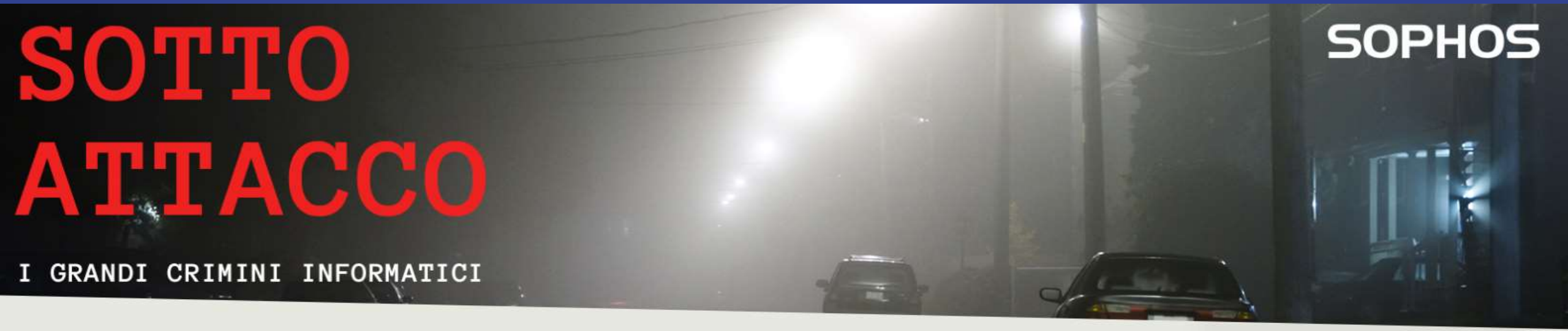
Tematico: management

Tematico: tecnologia …

Titolo e grafica: un libro piace dalla copertina



Copywriting: presentiamo il podcast e, solo dopo, l'azienda *(vendere indirettamente)*



SOTTO ATTACCO

I GRANDI CRIMINI INFORMATICI DELLA STORIA

PODCAST REALIZZATO IN COLLABORAZIONE CON RADIO IT

SOTTO ATTACCO, IL PODCAST

Ogni giorno, in ogni paese del mondo, avvengono nuovi attacchi informatici. Le vittime sono imprese, dalle grandi multinazionali alle piccole piccole aziende locali, enti e organizzazioni di ogni ordine e grado, e privati cittadini di ogni nazione ed età.

Alcuni di questi attacchi hanno fatto la storia del cybercrime, per portata dell'attacco, entità della struttura attaccata o danni provocati.

Sophos te ne racconta 5 nella stagione 2020 della serie podcast *"Sotto Attacco | i grandi crimini informatici della storia"*, svelandoti, al termine di ogni episodio, come si sarebbe potuto evitare, o gestire efficacemente, ogni attacco.

SOPHOS, L'AZIENDA

Sophos è una multinazionale del settore della sicurezza informatica che protegge più di 400.00 aziende in oltre 150 paesi dalle minacce informatiche più avanzate. Sviluppate dai SophosLabs, le soluzioni di sicurezza cloud-native e con AI integrata proteggono endpoint, server, device mobili e reti dalle minacce sempre più evolute, incluse violazioni automatizzate, ransomware, malware, exploit, furto di dati, phishing e molto altro. La piattaforma cloud Sophos Central integra l'intero portafoglio di soluzioni di sicurezza Sophos, incluso Intercept X e il firewall di ultima generazione XG in un unico sistema di sicurezza sincronizzata.

RADIO IT PODCAST NETWORK
PODCAST ITALIA NETWORK

Scegliamo la durata e il ritmo (ricordandoci che il telecomando è nelle mani dell'ascoltatore)

- Usare il tempo giusto per raccontare quello che si vuole raccontare: non di più, non di meno
- Tenere un buon ritmo
- Tenere alto il livello di attenzione
- Fornire contenuti di valore

Scegliamo narrazione e formato giornalistico

- Narrazione ibrida: pezzo giornalistico con inserti di voce da azienda, cliente, partner, testimonial, musica, altri contributi
- Narrazione da giornalista (singola voce)
- Intervista azienda, cliente, partner, testimonial
- Intervista doppia o multipla
- Success Story
- Presenza Influencer
- Documentario, Reportage, Viaggio
- Altro

(opzionale) Multipli podcast tematici per brand o azienda

I PODCAST DI ASSOPROVIDER

BATTAGLIE DELLA RETE

Scopri di più

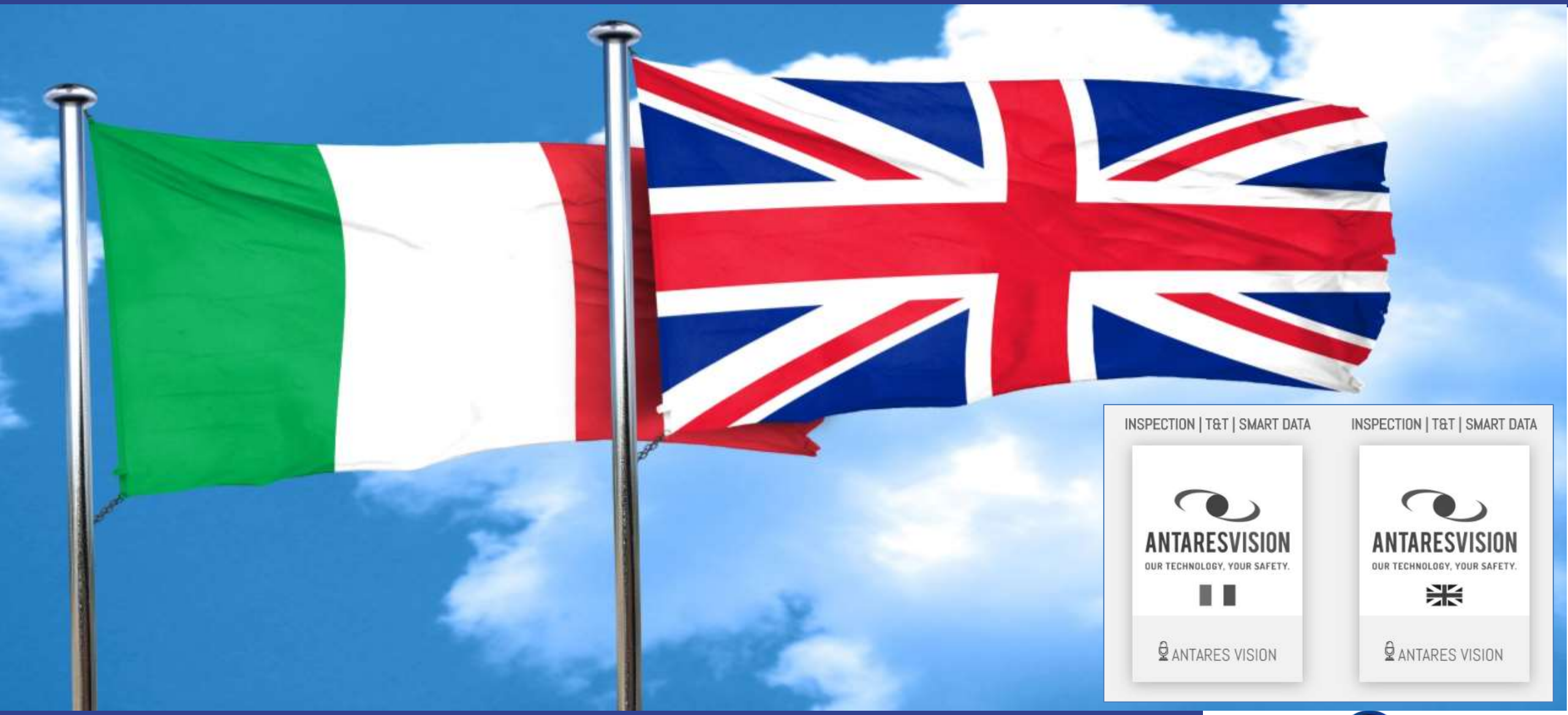
Argomenti o audience o formati o lingue differenti

PIONIERI DELLA RETE, LA STORIA

Scopri di più

RADIO IT PODCAST NETWORK
PODCAST ITALIA NETWORK

Scegliamo la «madrelingua»

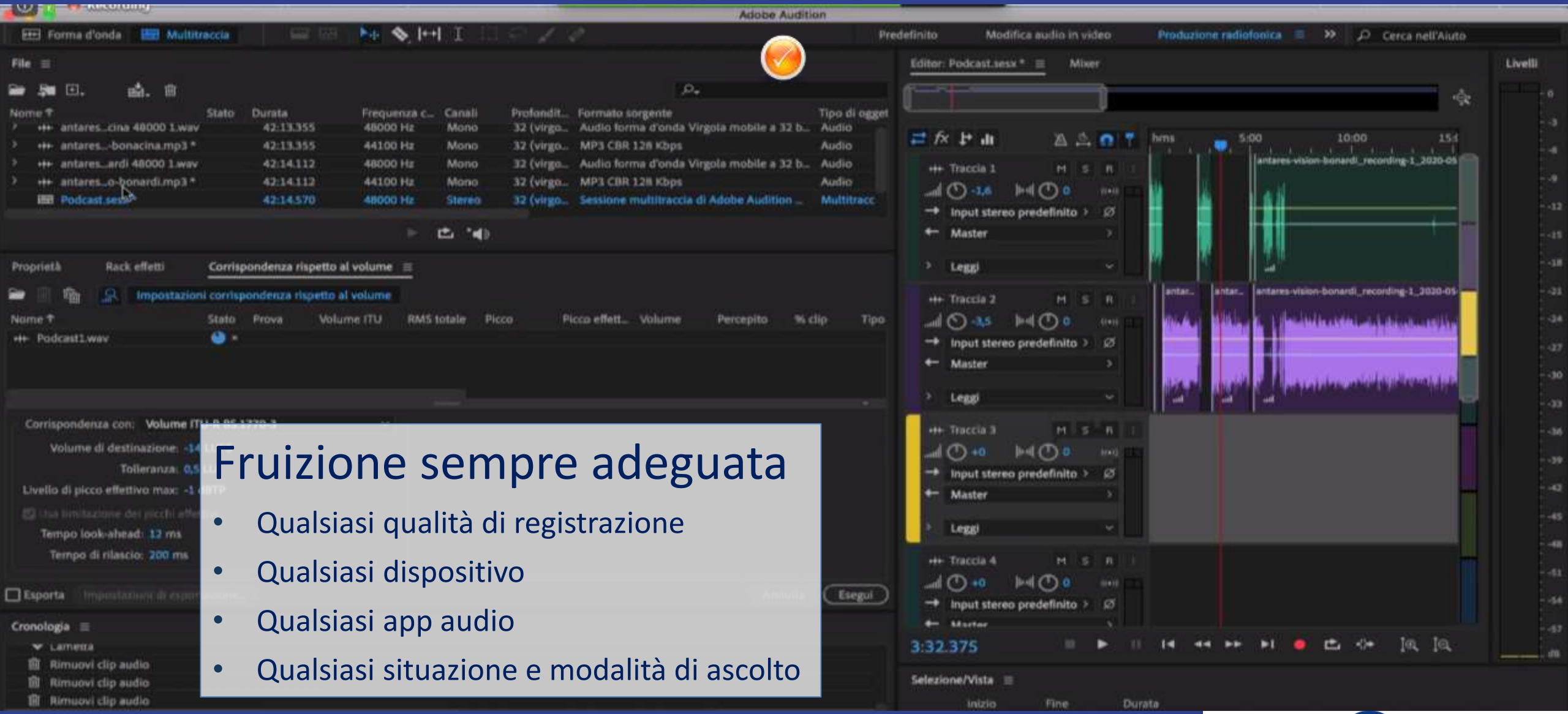


Registriamo in cloud multitraccia

(opzionale) Registriamo in studio (Milano)

Via Monte Bianco (MM Lotto Fieramilano)

Post-produzione, Sound Design



Fruizione sempre adeguata

- Qualsiasi qualità di registrazione
- Qualsiasi dispositivo
- Qualsiasi app audio
- Qualsiasi situazione e modalità di ascolto

Distribuzione su decine di app audio (con serie dedicate)

- [x] Apple Podcasts
- [x] Spreaker
- [x] Spotify
- [x] reqwest
- [x] PodcastAddict
- [x] CastBox
- [x] Google Podcasts
- [x] Stitcher
- [x] AntennaPod
- [x] Pocket Casts

Fruizione tramite Alexa Smart Speaker

Radio IT

di fortunefm

5

Attivazione gratuita

"Alexa, apri radio i. t."

"Alexa, apri radio i. t. e inizia la riproduzione"

"Alexa, apri radio i. t. e cerca 'tecnologia'"

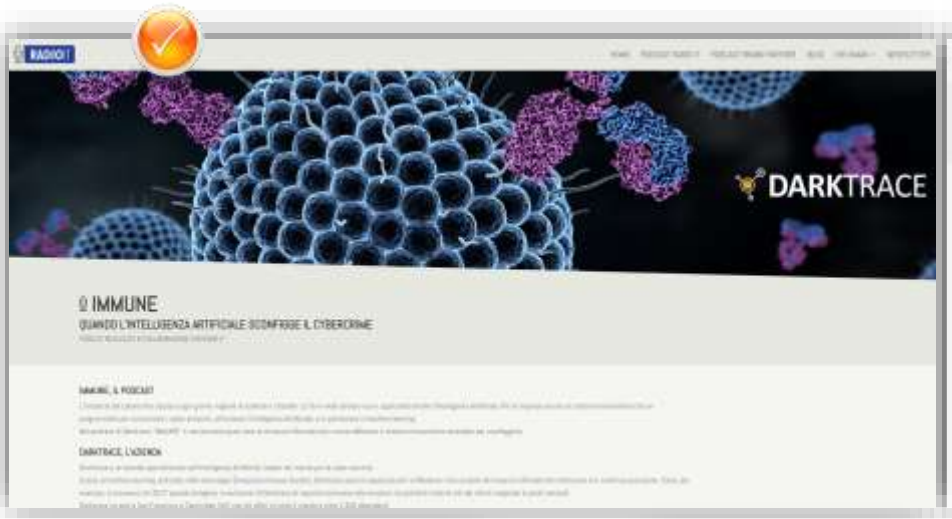
Descrizione

Radio IT: spunti, soluzioni e novità per chi acquista, utilizza o rivende tecnologia. Seguici su www.radioit.it e nei nostri canali Podcast.

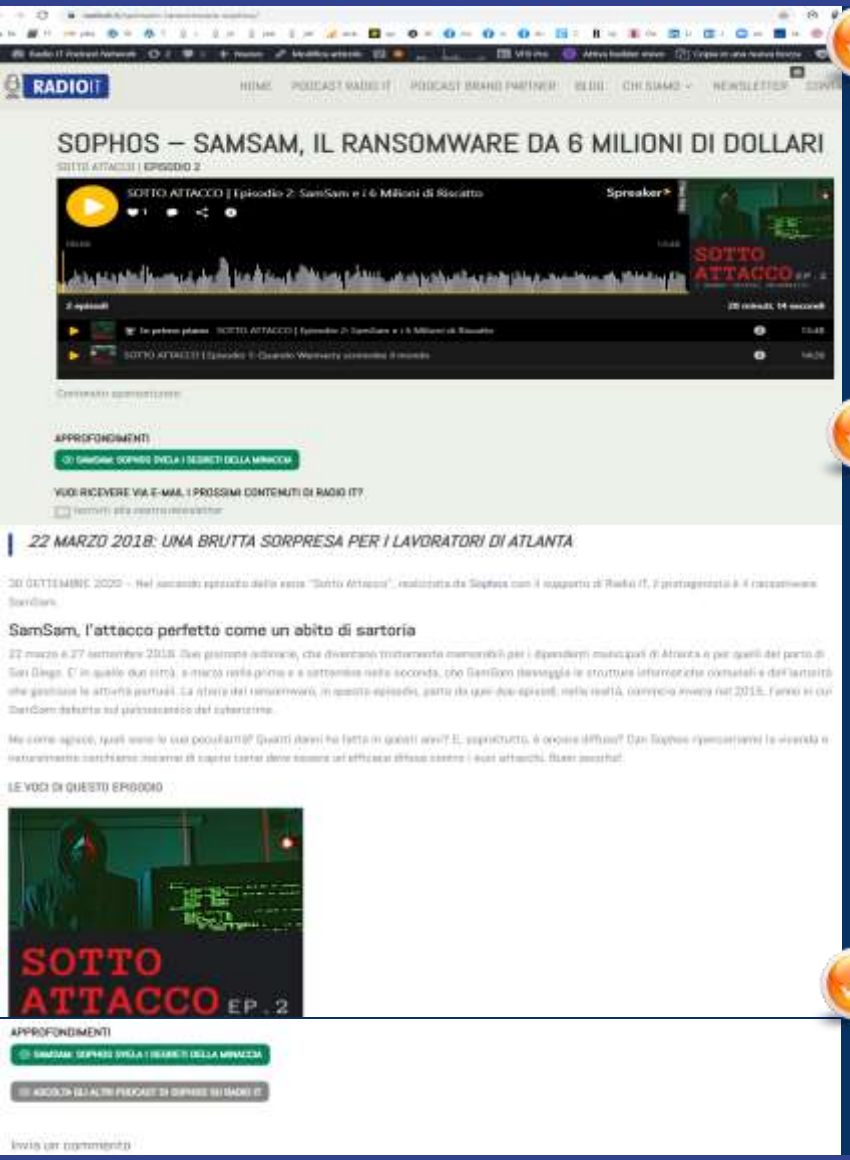
COSA PUOI CHIEDERE?
Per aprire la skill pronuncia: "Alexa, apri radio i. t."

Usa i seguenti comandi per gestire l'audio: "cancella, successivo, precedente, stop/pausa, riprendi, continua"
I comandi disponibili:
"Alexa, apri radio i. t. ed avvia la riproduzione"
"Alexa, apri radio i. t. e riproduci l'ultimo episodio"
"Alexa, apri radio i. t. e cerca 'tecnologia'"
"Alexa, apri radio i. t. e aiutami"

Presenza web: minisito, widget (playlist/episodi), web app



Web post per episodio



- URL
- Titolo e grafica
- Episodio
- Playlist
- Call-to-Action
- Newsletter
- Testo e grafica (SEO)
- Call-to-Action
- Contatti, approfondimenti
- Commenti

Promozione episodi e podcast

L'azienda sponsor promuove il contenuto (http) in ogni iniziativa

- Sito aziendale, Blog
- Canali social
- DEM, Newsletter, Marketing Automation
- Passaparola, Condivisione con i colleghi, Formazione, Firma e-mail
- Mailing, iniziative su partner e fornitori, promozioni
- Eventi, Iniziative stampa

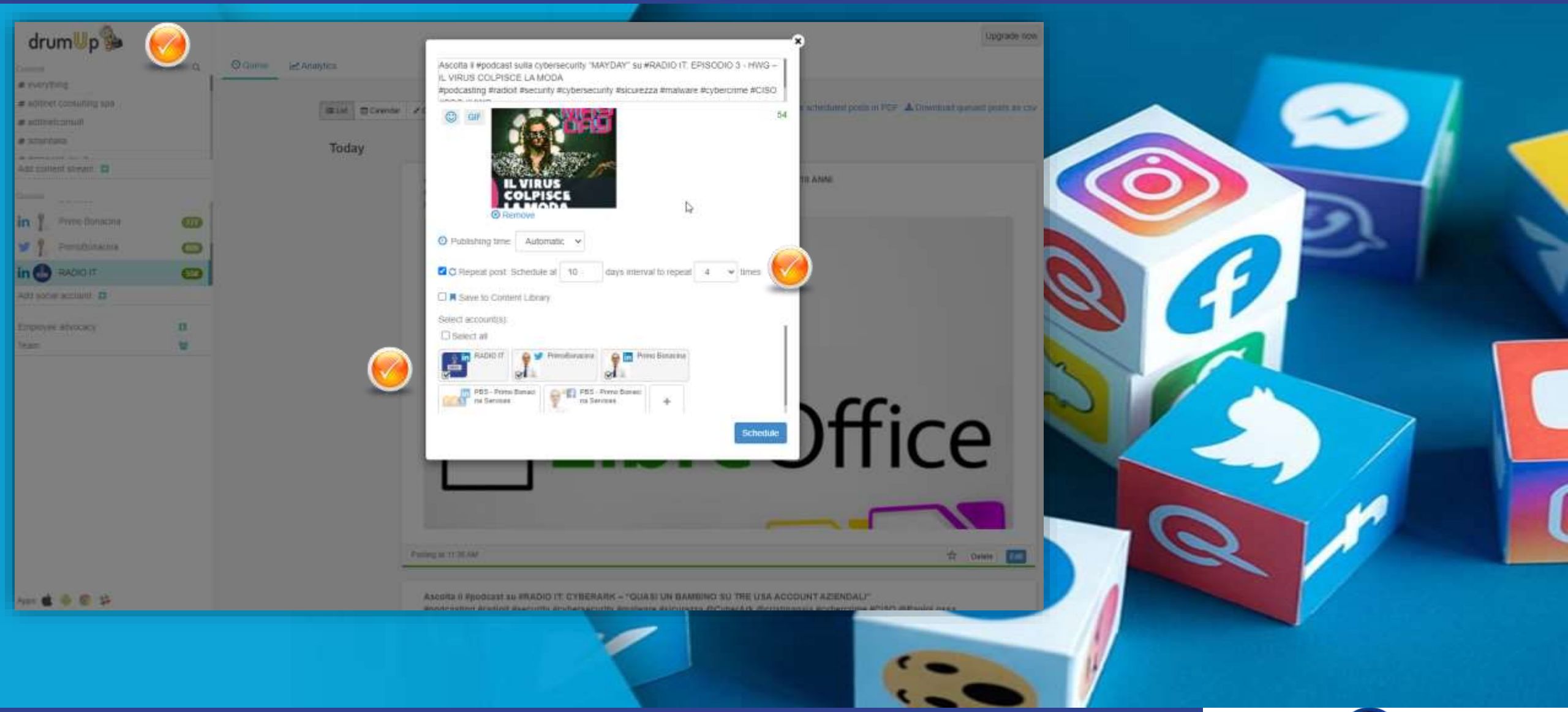
RADIO IT porta traffico organico qualificato verso gli episodi dello sponsor

- Traino da programmazione Radio IT («community»)
- Distribuzione su molteplici canali podcast
- SEO
- Social Marketing (multiple piattaforme): post, rilanci, #hashtag
- Newsletter a subscriber, subscription a audio app

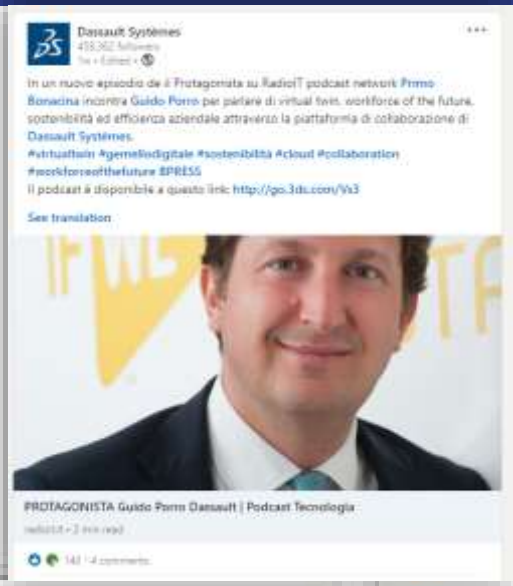
Si lanciano campagne promozionali mirate a cura di RADIO IT o dello sponsor

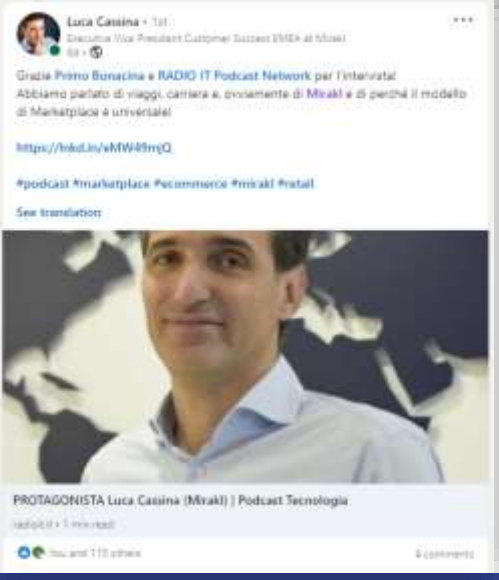
- Territorio, audience, ruoli, interessi, abitudini, canali, media …

Programmazione free continuativa (Social Media Dashboard)



Content Marketing aziendale, Social Selling





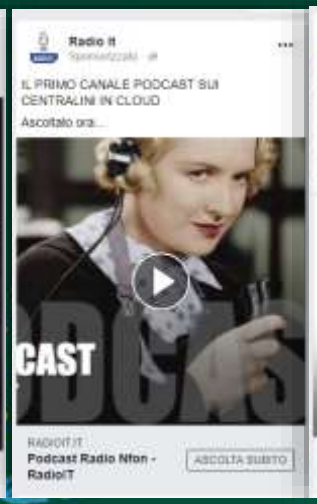
RADIO IT: subito online il tuo branded podcast!

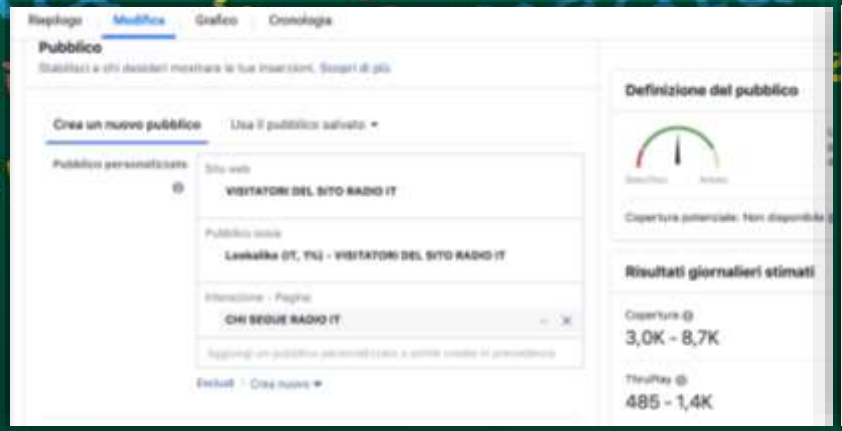
RADIOIT PODCAST NETWORK

PODCAST ITALIA NETWORK

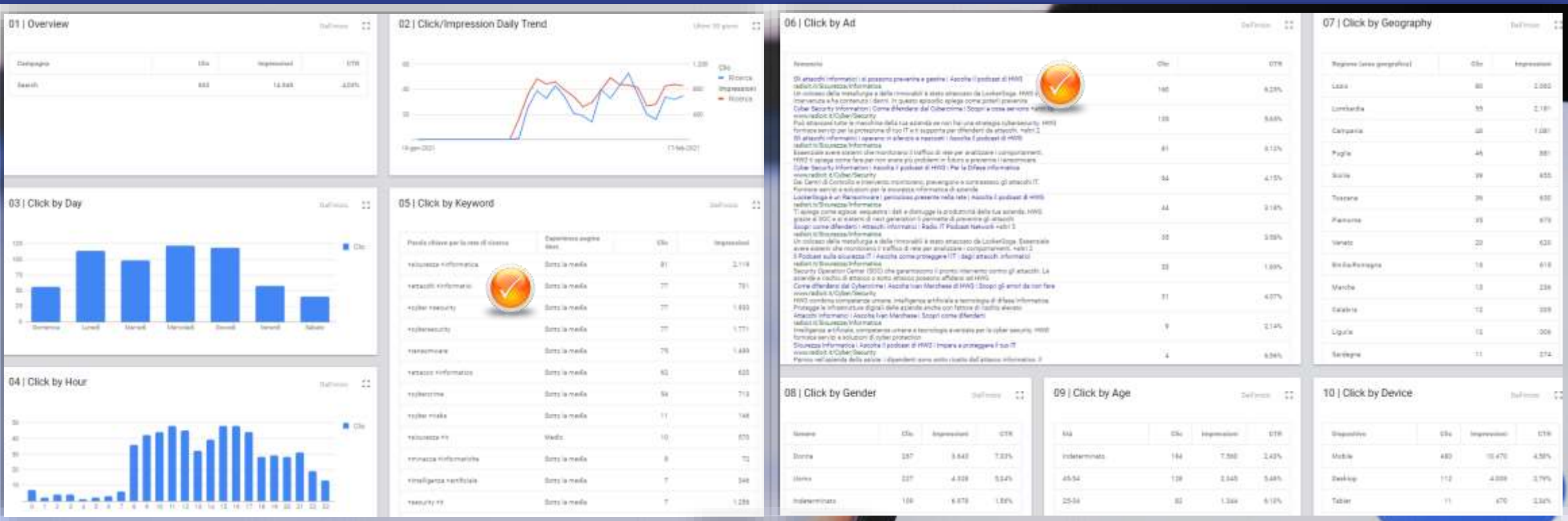
Campagne promozionali

Campagne Facebook/Instagram





Campagne Google Ads (Search, Display)



- **NO costi di avviamento! NO canoni mensili! NO costi di agenzia! NO costi Google! NO anticipi di cassa!**
- **Pay-per-visit:** si pagano solo le effettive visite alla pagina del podcast
- **Costo omnicomprensivo (minimo: 1.000 visite)**
- Keyword «podcast» in tutti gli annunci: pubblico focalizzato all'ascolto
- Audience focalizzata con filtri dettagliati
- Reporting esaustivo e continuativo

LE PAROLE CHIAVE DI QUESTO PODCAST

Cybersecurity, Security, CISO, Enterprise Security, Sicurezza Informatica, Ransomware, Malware, Antivirus, Cloud Security, Firewall, Phishing, Data Security, Web Security, Endpoint Security, Encryption, Cryptography, Crittografia, Email Security, Mobile Security

RADIO IT PODCAST NETWORK
PODCAST ITALIA NETWORK

Campagne stampa: articoli, newsletter, embed

B2BLABS

BLACK FRIDAY 2020 — 20-30 NOVEMBRE

OPINIONE

I grandi attacchi informatici raccontati nei podcast

Si dice che per capire il presente bisogna conoscere la storia e questo adagio sembra calzare a pennello per quello che riguarda la sicurezza informatica. Sebbene, infatti, l'opera dei cyber criminali sia costante e incessante, ci sono delle vere e proprie pietre miliari negli attacchi che hanno segnato delle epoche e impartito grandi lezioni.

Sotto Attacco | Cybersecurity

Sophos, azienda specializzata in sicurezza informatica, ha pensato di contribuire alla sensibilizzazione e diffusione della cultura della sicurezza creando una serie di podcast dedicata ai grandi attacchi nella storia.

Detta così sembra che si parli di centinaia di anni, ma il lasso di tempo coperto arriva a malapena a cinque anni, un periodo che però rappresenta una eternità per un settore che si è evoluto a ritmi vertiginosi.

Creati in collaborazione con Radio IT, ogni puntata della serie "Sotto Attacco" parla di un evento particolarmente importante, aggiungendone uno ogni 15gg circa. I Podcast sono disponibili sia sulla piattaforma Spreaker, sia su Spotify, e sulla homepage di SecurityInfo se ne trova sempre uno disponibile con il link a tutta la serie.

SECURITYINFO — IL PUNTO DI RIFERIMENTO PER LA SICUREZZA IT IN ITALIA

NEWS RECENTI: ...itiative di Kaspersky Lab: cosa significa per l'Italia ▪ I pirati adesso vanno a caccia dei file ENV ▪ Falla in Facebook Messenger consentiva di spiare a distanza

NEWS | APPROFONDIMENTI | OPINIONI | TOP MALWARE | MINACCE | GUIDE ALLA

Organization: DigitalOcean, LLC

Organization: Private Layer INC

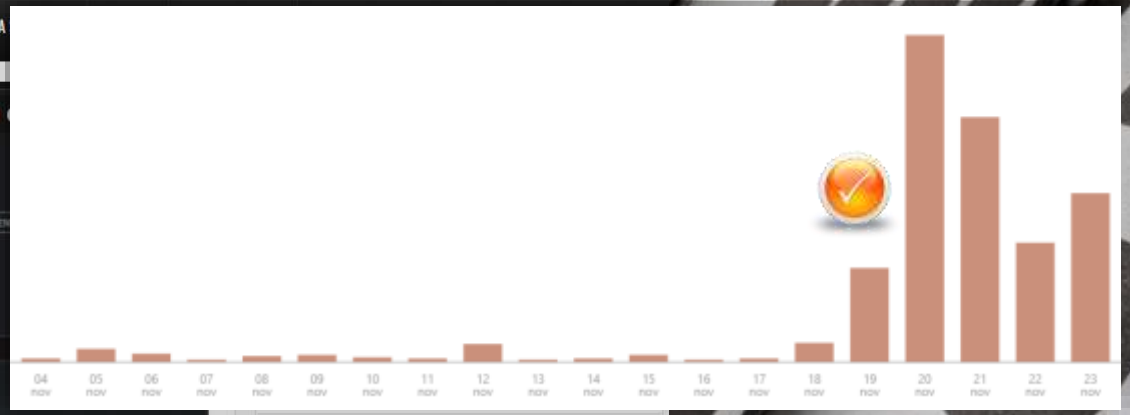
I pirati adesso vanno a caccia dei file ENV

Tutto | Consumer | Business | Enterprise e P.A.

I pirati adesso vanno a caccia dei file ENV

23 Nov 2020 12:15

Gli esperti hanno individuato botnet dedicate che eseguono una scansione continua per rilevare i file. Obiettivo: rubare le impostazioni dei server. Si apre un nuovo fronte nella partita sulla cyber...



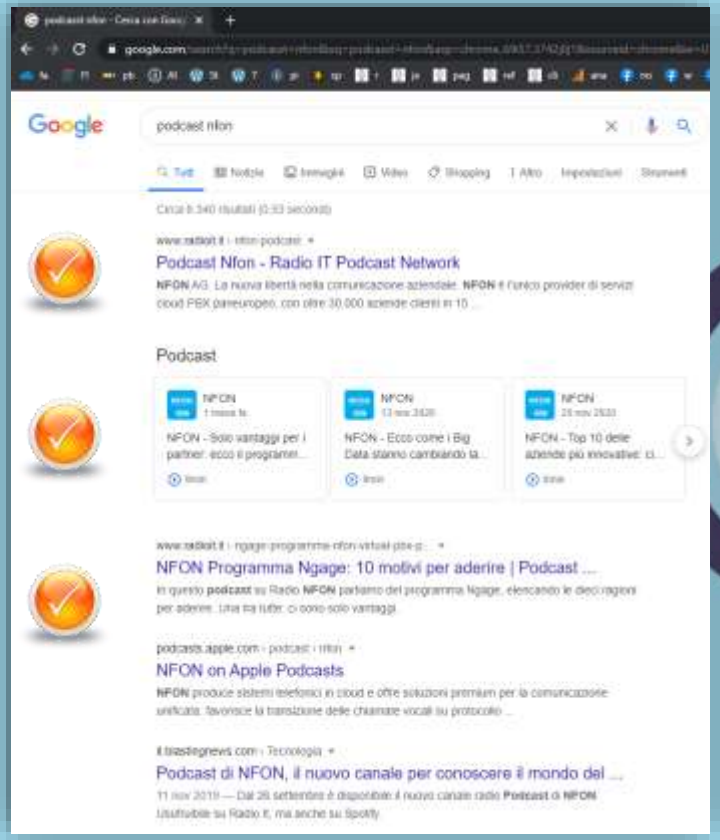
PODCAST – SOTTO ATTACCO

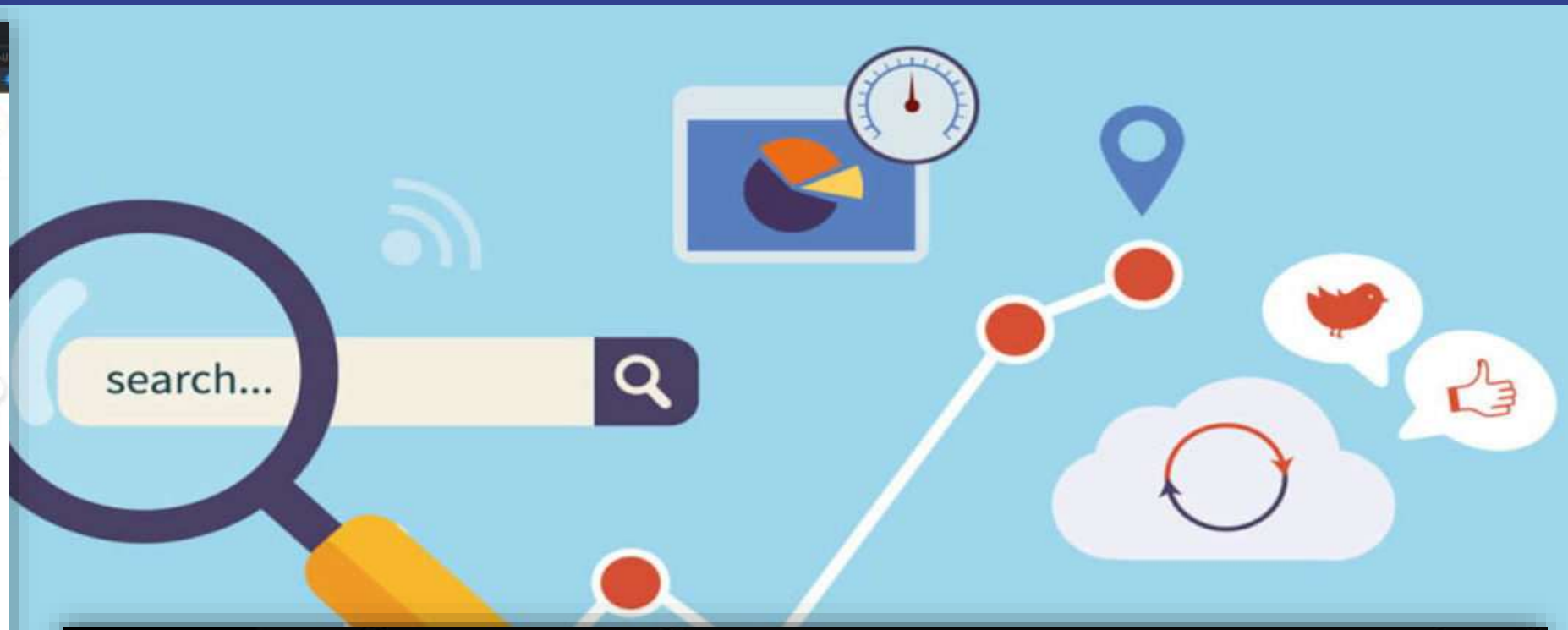
SOTTO ATTACCO | Ep. 2 - SamSam e i 6 Milioni ...

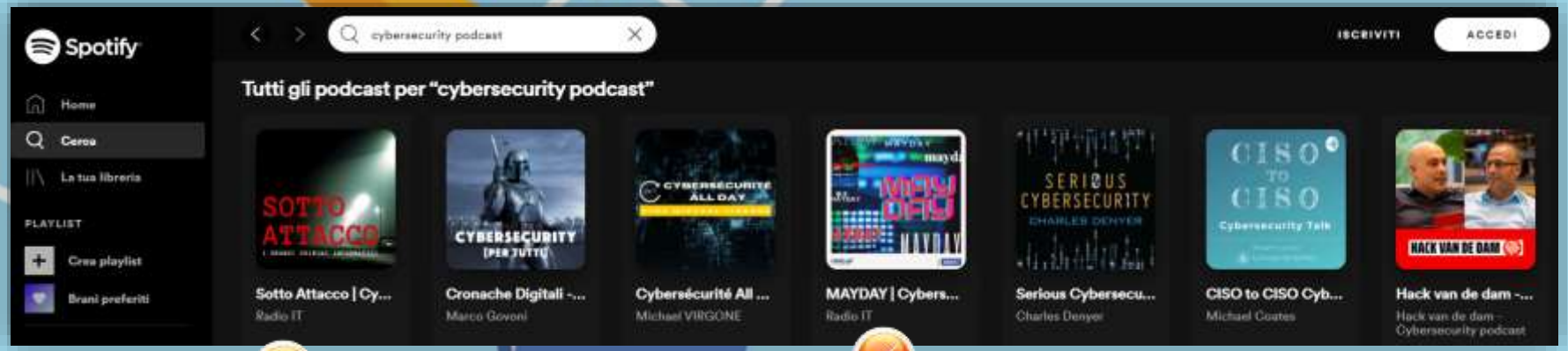
00:00 — 13:48

RADIO IT PODCAST NETWORK — PODCAST ITALIA NETWORK

Contenuto permanente e SEO (Google e audio)

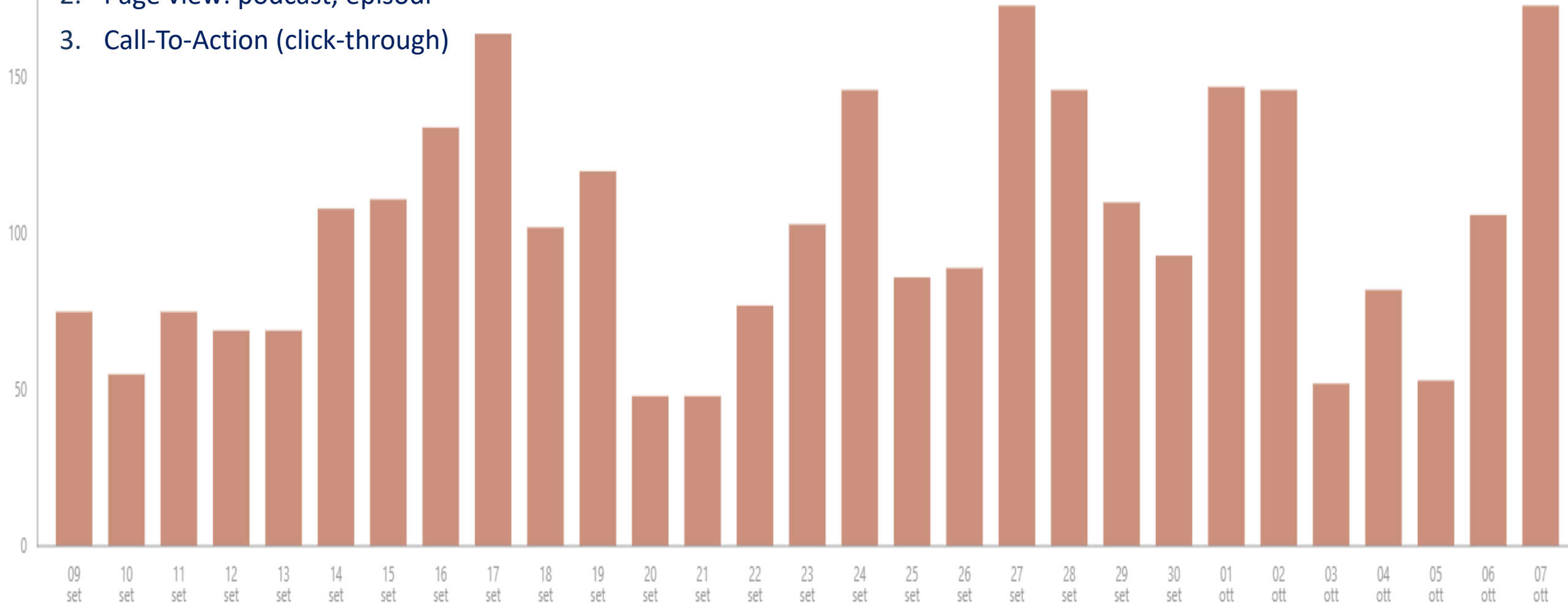






Statistiche aggregate certificate

1. Ascolti significativi/Download **certificati IAB (Interactive Advertising Bureau)**: podcast, episodio, periodo, fonte, territorio
2. Page view: podcast, episodi
3. Call-To-Action (click-through)



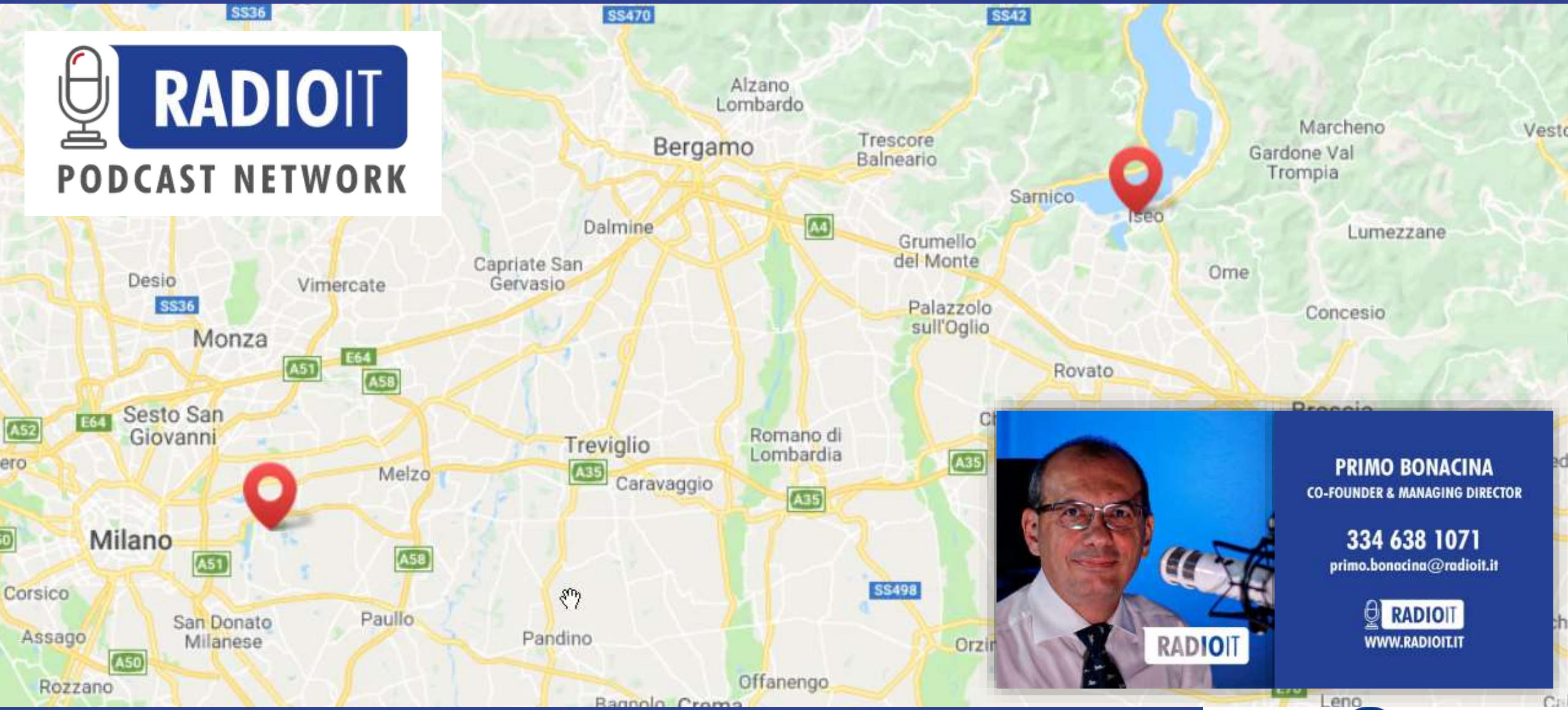
RADIO IT PODCAST NETWORK
PODCAST ITALIA NETWORK

Fai una «Prova di assaggio»

https://www.radioit.it/prova-assaggio/

https://www.podcastitalianetwork.it/prova-dassaggio/

Guarda il webinar

https://www.radioit.it/webinar-radioit/

Vuoi essere con noi, oggi?
(www.primobonacina.com/podcasting)