



PAR **TINA PITTAWAY**, JOURNALISTE ET CRÉATRICE DE CONTENU, PITTAWAY PRODUCTIONS

LA BALADODIFFUSION A-T-ELLE SA PLACE AUPRÈS DE VOTRE PUBLICATION?

LES BALADODIFFUSIONS SONT une série d'épisodes audio ou vidéo qui sont offerts sous forme de flux à partir d'un site Web, ou pour téléchargement par l'intermédiaire d'iTunes et d'autres services tels que SoundCloud, ou encore sur un média social tel que Facebook.

Leur potentiel suscitait un engouement au début des années 2000, époque où elles ont commencé à se développer, puis l'enthousiasme a semblé s'apaiser avec l'arrivée des médias sociaux et leur impact incroyable sur leur fréquentation et le partage qu'ils suscitaient.

C'est ainsi qu'a émergé un média toujours vibrant pour établir la notoriété des marques, retenir les abonnés et partager du contenu, en mettant particulièrement l'accent sur les champs d'intérêt spécialisés. Les baladodiffusions grand public placées par les abonnés du New York Times se sont éclipsées, alors que celles traitant de sujets plus spécialisés, dont la finance, la technologie, la foi, la poésie et la politique se portent bien.

The Economist, à titre d'exemple, publie une édition audio qui est une réplique du contenu du magazine, en format audio, téléchargé par 25 % à 30 % des abonnés. La publication produit également cinq baladodiffusions hebdomadaires de contenu original, dont des débats et billets de blogues, offerts aux non-abonnés.

Voici quelques données obtenues dans le cadre d'un sondage d'Edison Research, mené auprès de 2 020 Américains de plus de 12 ans :

- En date du début de 2012, trois adultes américains sur 10 avaient écouté une baladodiffusion
- 25 % avaient visionné une baladodiffusion vidéo
- 14 % avaient écouté au moins une baladodiffusion au cours du dernier mois
- 12 % avaient visionné au moins une baladodiffusion au cours du dernier mois
- Les auditoires masculins étaient légèrement supérieurs en nombre : 54 % d'hommes et 46 % de femmes
- La moitié était âgée de 12 à 34 ans

- 1 propriétaire de téléphone intelligent sur 5 consulte les baladodiffusions
- 64 % écoutent les baladodiffusions à l'extérieur de la maison, sur des téléphones intelligents ou sur des lecteurs de mp3, tout en conduisant

POURQUOI ENVISAGER D'UTILISER LA BALADODIFFUSION?

L'extension de la palette de la marque demeure un de ses principaux attraits aux yeux des services du marketing, qui sont devenus les moteurs principaux de la baladodiffusion chez les éditeurs. La rétention des abonnés fait partie de la stratégie de The Economist : les lecteurs étant souvent irrités de ne pouvoir lire la version imprimée de leur magazine aussi souvent qu'ils le souhaiteraient, annulant ainsi parfois leur abonnement, la version audio leur donne facilement accès au contenu pendant leurs déplacements (et même pendant la plongée en apnée, dans le cas d'un lecteur ayant l'esprit d'aventure).

QU'IMPLIQUE LA PRODUCTION D'UNE BALADODIFFUSION?

La réponse est simple : des gens et la technologie. Votre baladodiffusion peut être simplement une conversation hebdomadaire avec l'hôte, habituellement un ou plusieurs rédacteurs en chef, et des rédacteurs ou invités présentés dans la publication imprimée. L'équipement d'enregistrement peut se limiter à la tenue de conversations sur Skype, puis à la publication de la piste audio, mais vous pouvez également rechercher un son de qualité plus professionnelle en utilisant des microphones branchés à un ordinateur doté d'un logiciel d'édition sonore comme [Audacity](#) (gratuit) ou [ProTools](#).

Privilegiez les occasions d'utiliser du son chaque fois que vous le pouvez afin d'offrir une expérience d'écoute plus riche pour l'auditeur. Il pourrait s'agir, par exemple, d'un échange animé à la Chambre des Communes (libre de droits) pour lancer un débat entre deux blogueurs, ou un message vocal d'un lecteur qui était particulièrement animé dans son message à propos d'un article ou d'une entrevue dont vous traitez plus en profondeur dans la baladodiffusion.

 **TÉLÉCHARGEZ D'AUTRES FICHES-CONSEILS SUR** magazinescanada.ca/culturels/hotsheets



Rendez votre baladodiffusion accessible sur votre site Web, et placez-la de manière visible en lui donnant un relief visuel pour attirer les auditeurs potentiels vers le lien de téléchargement ou d'abonnement. Vous pouvez également produire un court message aguiche de deux minutes et établir un lien vers cet élément audio par l'intermédiaire de votre fil Twitter. La création d'entrefilets pouvant être partagés sur les médias sociaux attire de nouveaux auditeurs et augmente la palette de la marque.

Demandez à votre service technique de déposer la baladodiffusion sur iTunes, la plate-forme par excellence pour les abonnements aux baladodiffusions. Il existe d'autres services, comme SoundCloud, mais vous devez être présent là où se trouve la majorité des consommateurs qui recherchent les baladodiffusions, c'est-à-dire sur iTunes. Téléversez votre baladodiffusion à une cadence périodique : vous devez créer une habitude d'écoute chez les abonnés, et il est donc important d'être constant.

VEILLES À LA CONVIVIALITÉ POUR L'AUDITEUR

L'audio est un média intime. L'hôte doit être à l'aise et se sentir libre d'injecter un peu, ou beaucoup, de sa personnalité dans la production. Les auditeurs n'ont pas de temps à consacrer aux introductions nébuleuses et confuses. Préparez le texte d'introduction de la baladodiffusion, et présentez-le sur un ton détendu et conversationnel.

Les auditeurs devraient savoir dès les premières minutes quelle sera la teneur du contenu de l'épisode, et à quel moment ils peuvent prévoir l'entendre. Pour la version Web de la baladodiffusion, offrez un résumé de ce qui sera présenté, et fournissez même des minutages afin que les auditeurs puissent se rendre directement à la partie qui les intéresse le plus. Fournissez également le minutage à l'intérieur même de la baladodiffusion, à l'aide de messages tels que « Dans cinq minutes, vous entendrez ma conversation avec nos blogueurs spécialisés en jardinage à propos des tendances qui émaneront du Chelsea Flower Show. »

