

# FILOSOFIA IN PODCAST

**Raffaele Tovazzi**  
filosofo esecutivo



**I**l lancio degli smartspeaker e la centralità della voce nei nuovi trend della comunicazione hanno portato alla ribalta un media che, pur esistendo da molti anni, solo ora sta trovando la sua piena affermazione. Mi riferisco al podcast, vale a dire la tecnologia che permette di accedere a contenuti audio tramite la rete.

Analizziamo i tre motivi per i quali ogni impresa dovrebbe integrare il podcast nelle proprie strategie di comunicazione del 2019:

**1 IL TEMPO:** nella vita che si fa sempre più frenetica, i clienti e i collaboratori possono fruire dei nostri contenuti mentre stanno facendo altro. Ecco dunque che lo spostamento in macchina, il tempo trascorso sui mezzi, così come la corsa in palestra diventano i contesti ideali in cui formarsi e informarsi.

**2 LA GENETICA:** l'udito è il primo senso con cui, ancora nella pancia della mamma, acquisiamo informazioni sul mondo esterno. Ne consegue che chi sa generare contenuti audio di valore è in grado di esercitare una grande influenza sul proprio pubblico, di qui il tasso di conversione commerciale del podcast che è superiore rispetto a qualsiasi altro media.

**3 LA DIFFERENZIAZIONE:** la nostra vista è ormai satura di informazioni da cui siamo circondati ogni giorno e le campagne di comunicazione tradizionali non sono più in grado di catturare l'attenzione e generare interesse. Per questo motivo le multinazionali stanno investendo milioni di dollari per creare podcast: differenziandosi, prima degli altri, sia come media sia come contenuto.

Come sempre "chi prima arriva meglio alloggia", e contro la filosofia dei detti popolari c'è poco da fare... Hanno quasi sempre ragione!

Ti auguro dunque di essere il primo nel tuo settore a cogliere questa opportunità e a fare del podcast il tuo alleato per il successo.