

LE PODCAST EN
ENTREPRISE



LE PODCAST RH QUI NE VOUS RACONTE PAS D'HISTOIRES



MAHÉ BOSSU
Consultante



PATRICK STORHAYE
Président

sommaire



1 UN FORMAT DANS
L'AIR DU TEMPS

2 QUI SE DÉVELOPPE
EN ENTREPRISE

3 RÉUSSIR VOS
PODCASTS

4 AVEC
STORY RH ?



LE PODCAST

UN FORMAT DANS L'AIR DU TEMPS



Né au début des années 2000 aux États-Unis, le podcast connaît un véritable engouement à partir des années 2010 avec l'avènement des *smartphones*. Après Apple, évidemment pionnier avec Itunes longtemps restée la plus grande bibliothèque de podcasts au monde, de nombreuses plateformes s'emparent de ce format, Spotify en tête.

Très vite, le podcast devient un prolongement de la "radio amateur", séduisant les créateurs de contenus par sa **facilité d'accès** et ses **faibles investissements** de départ. En somme, il suffit d'un bon micro... et peut-être aussi d'avoir quelque chose d'intéressant à raconter !...

2020 marque clairement un tournant dans la production et la consommation de podcasts : plus de **34 millions d'épisodes** sont actifs dans le monde. Avec **5,3 millions écoutes** de podcasts natifs, les français ne sont certes pas les premiers consommateurs mais la tendance est **nettement en hausse**, tant en nombre de nouveaux auditeurs que sur la fréquence d'écoute, notamment chez les 25-34 ans.



AUTHENTIQUE & LIBRE !

D'après une étude du CSA-Havas Paris, le podcast natif bénéficie d'une **très bonne image** : authentique, faisant réfléchir, et libre.

14% des français écoutent des podcasts de manière hebdomadaire (26% des 25-34 ans). Les auditeurs sont de plus en plus fidèles : il s'agit d'une **habitude pour 74%** d'entre eux et leur fréquence d'écoute ne cesse d'augmenter.

91% des personnes écoutent des podcasts **en faisant autre chose**.

Le podcast **inspire confiance** et crée un lien entre la voix et l'auditeur ! Dérivé de la radio, il incarne à la fois **crédibilité et sérieux**. Il est utilisé pour s'informer, apprendre ou découvrir de nouvelles choses ce qui n'exclue évidemment pas de faire preuve d'humour et de légèreté, bien au contraire !

L'expérience vécue est une des clés du processus d'apprentissage. Dans cette perspective, le podcast, par la **connivence** et le **rituel** qu'il établit avec l'auditeur, devient un réel vecteur de compréhension et d'**apprentissage**.

À emporter partout ! Essentiellement écouté sur téléphone, le podcast séduit ses auditeurs par sa grande liberté d'écoute. Dans les transports, en gérant sa paperasse ou encore en vidant le lave-vaisselle, ce format 100% audio et **asynchrone** permet d'apprendre et de se divertir tout en vaquant à différentes occupations.

Le podcast offre une **déclinaison de formats** dont la seule limite est celle de l'imagination ! À partir du script de votre podcast, vous pouvez sans difficulté technique particulière créer un visuel résumant les idées clés, un article pour séduire les amateurs de lecture, un quizz pour faciliter la mémorisation et même, en quelques clics, une vidéo ! Il y en a alors pour tous les goûts !

SOURCES



Confinement et écoute inter-générationnelle : le podcast natif prend son envol, France Info, 2020



En 11 dates clés : une brève histoire du podcast, Ina la revue des médias, 2021



Les français et le podcast natif, étude CSA - Havas Paris 2020



LE PODCAST SE DÉVELOPPE EN ENTREPRISE

DE NOMBREUX USAGES EN ENTREPRISE

À DESTINATION DES CLIENTS

Qu'il s'agisse d'un rendez-vous hebdomadaire, mensuel ou trimestriel, le podcast crée un **lien** avec votre cible et vous permet de démontrer régulièrement votre **expertise** ou votre **engagement** sur certains sujets. Vous pouvez facilement les rendre accessibles à votre cible par vos médias habituels.



Créer vos propres podcasts est une formidable occasion de valoriser vos produits ou services mais aussi votre marque employeur en mettant par exemple en avant des initiatives internes et des collaborateurs ambassadeurs.



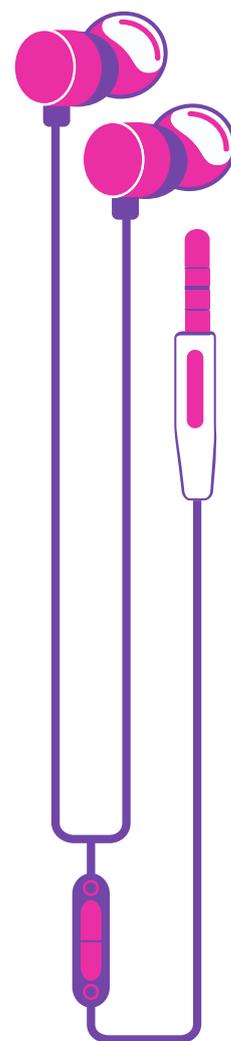
Sponsoriser des podcasts existants vous permet d'affirmer votre expertise sur des thèmes ciblés et de toucher une communauté d'écoute existante. Plusieurs formes de sponsoring peuvent alors être envisagés (publicité, coproduction, ponctuel ou sur la durée...)



Notre conseil

Ne parlez pas uniquement de vous !

Avant tout, apportez une valeur ajoutée sur le fond à votre auditoire. Illustrez-la ensuite d'exemples issus de votre expérience ou de témoignages.



82%

Des auditeurs hebdo de podcasts natifs seraient intéressés pour que les marques qu'ils aiment proposent leurs propres podcasts pour faire découvrir leur histoire, celle de leurs produits, celle(s) de leurs salariés, celle(s) de leurs engagements...

Source: [Les français et le podcast natif, étude CSA – Havas Paris 2020](#)

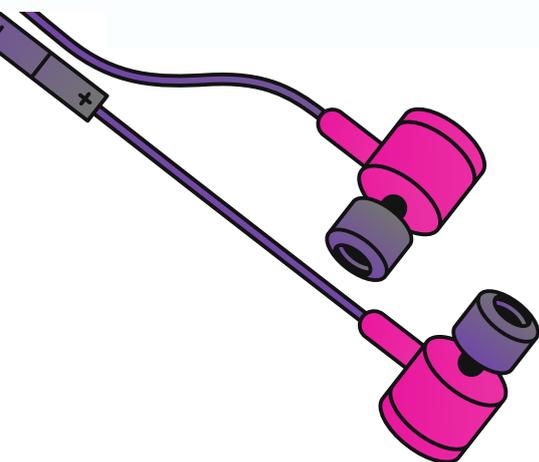
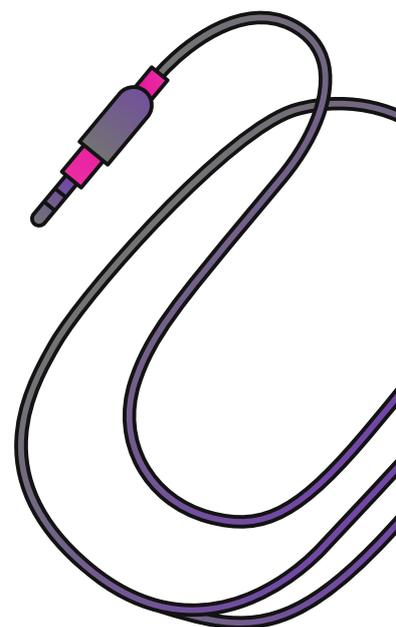
DE NOMBREUX USAGES EN ENTREPRISE

À DESTINATION DES COLLABORATEURS

Faire la **pédagogie** d'un projet, expliquer pourquoi l'entreprise prend une **nouvelle orientation**, accompagner une **transformation** en acculturant vos collaborateurs sur des thèmes que vous estimez essentiels... Le podcast vous offre par son format court, impactant et dans l'air du temps la possibilité de toucher et d'**embarquer vos collaborateurs**.

Le podcast peut être abordé en « **stand alone** », il s'agit alors de créer une bibliothèque de contenus permettant de mieux comprendre telle ou telle politique, initiative ou problématique.

Mais il peut également s'inscrire dans une **démarche pédagogique** complète en offrant un parcours multimodal composé de vidéos, de quizz, d'infographies, de témoignages et de rendez-vous synchrones (formations, webinaires...).



Notre conseil

Privilégiez les formats courts (3-5min)

Délimitez votre sujet, quitte à faire plusieurs podcasts sur le même thème. Vous capterez plus facilement l'attention de vos collaborateurs.



QUELQUES EXEMPLES

D'UTILISATION DES PODCASTS STORY RH



INTERMARCHÉ-NETTO

Faire la pédagogie de la transformation

Un parcours complet d'acculturation s'appuyant notamment sur un podcast par semaine, écrit sur-mesure. Chaque podcast est accompagné d'une leçon sur Coopacademy, composée de plusieurs quizz et fiches pratiques pour permettre à chaque collaborateur de s'appropriier les enjeux de la transformation et les politiques RH qui y répondent, et ainsi de comprendre comment il peut en être acteur au quotidien.

Un mot d'ordre : "rien n'est à réussir, tout est à comprendre"

SODIAAL

Former au management du travail à distance

La direction de la formation de Sodiaal a diffusé en interne à tous ses collaborateurs la formation gratuite de Flexity sur le management du travail à distance. Ce parcours de formation, composé de 10 leçons retraçant l'ensemble des dimensions du management, est disponible gratuitement sur EdApp (avec le code Flexity) et s'appuie sur les podcasts Story RH.

Pour en savoir plus >> <https://learn.flexity.biz>



UNIVERSITÉS, ÉCOLES DE COMMERCE, CNAM

Ponctuer des parcours de formation à distance

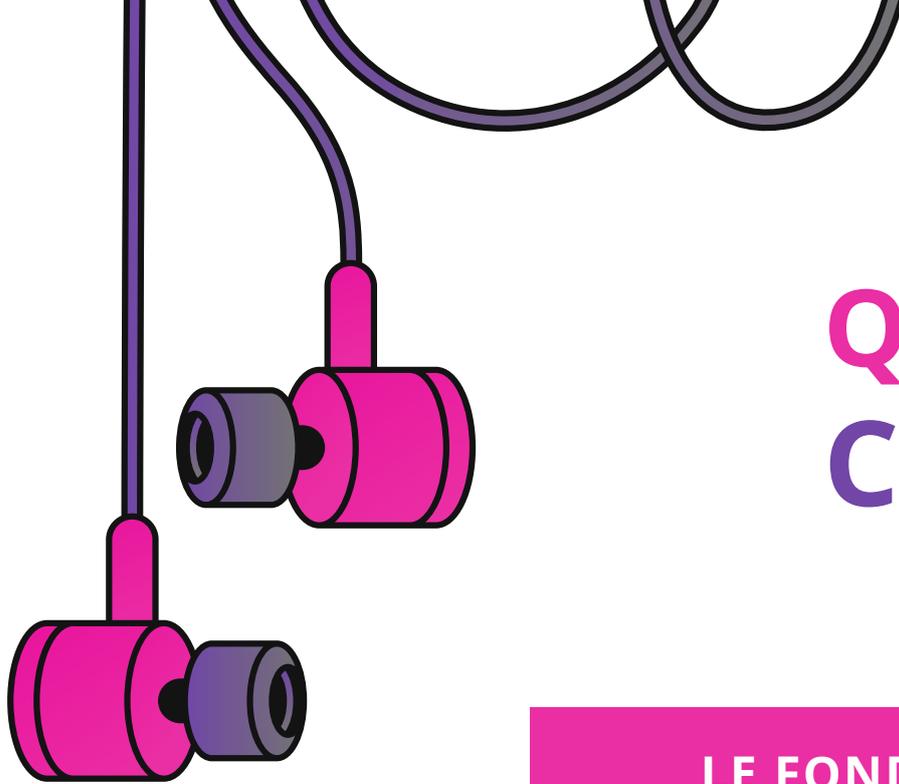
Avec la crise sanitaire, de nombreuses formations ont été réalisées 100% à distance : rester concentré et engagé peut alors devenir un réel défi ! Utiliser des podcasts asynchrones dans un parcours de formation permet à chaque apprenant d'avancer à son rythme mais également de tirer le meilleur des sessions synchrones pour plus d'interactions et d'échanges !

Exemple de dossiers utilisés en session de formation :

<https://storyrh.fr/transformation-des-entreprises/>



RÉUSSIR VOS PODCASTS



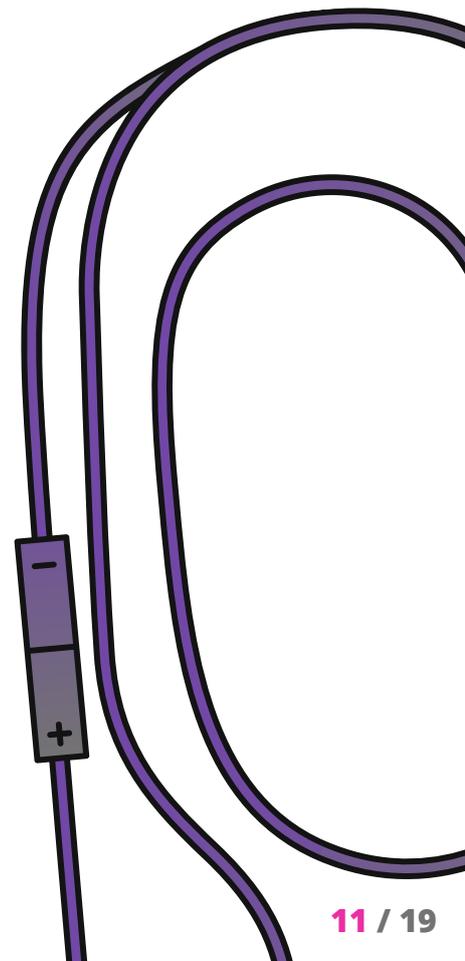
QUELQUES CONSEILS

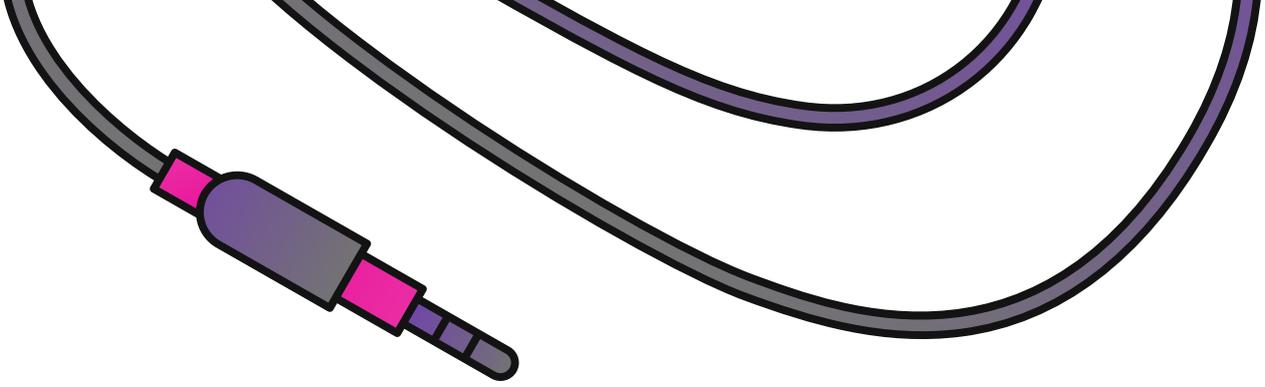
LE FOND AVANT LA FORME

Tout commence en ayant **quelque chose à dire** ! La réussite de votre podcast réside donc avant tout sur le fond. Le format n'est finalement qu'un écrin destiné à porter un propos de fond. Et si réaliser un podcast c'est avoir quelque chose à dire, il faut aussi le dire bien : rigueur et hygiène du **raisonnement**, qualité de l'**argumentation**, **pédagogie**, effort de **style** et **figures rhétoriques** sont les maîtres mots !

PARLER JUSTE, PARLER VRAI !

Allez **au-delà des discours convenus**, des entendements communs ou des effets de mode et de manche pour conquérir un auditoire en quête d'**authenticité**. Le podcast est perçu comme un format favorisant la **sincérité** et la **proximité**, faites en bon usage ! C'est de cette façon que vous marquerez les esprits !





UN PEU DE FUN !

Nous retenons plus facilement ce qui nous interpelle, nous fait sourire, nous questionne... Par la proximité qu'offre le format audio, directement au creux de l'oreille de l'auditeur, le podcast est **un bon vecteur d'apprentissage**. Encore faut-il savoir adopter **le bon ton** : dynamisme et humour sont alors souvent de mise.

FAIRE COURT...

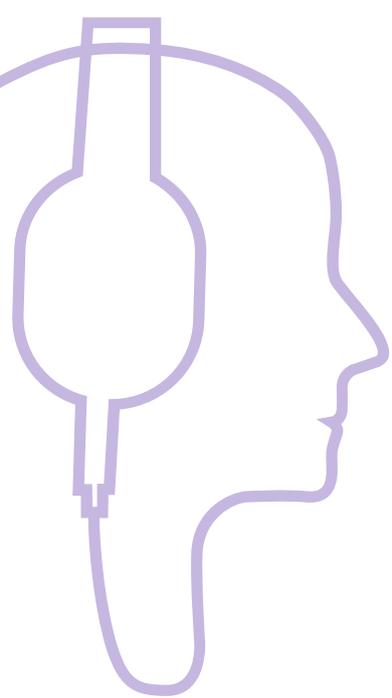


"Je vous écris une longue lettre parce que je n'ai pas le temps d'en écrire une courte" disait Blaise Pascal ! Faire court exige de prendre du **recul** et de faire preuve de **synthèse** pour **simplifier sans dénaturer** et ainsi séduire les auditeurs dont le temps n'est pas extensible.



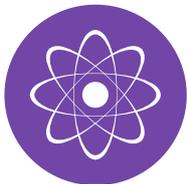
... ET RÉGULIER !

À l'opposé des événements "one shot" au lendemain desquels l'enthousiasme retombe souvent comme un soufflé, le podcast se conçoit **dans la durée**. Bien qu'asynchrone, le podcast est **un rendez-vous** à ne pas manquer pour vos auditeurs qui y entrent tant par les contenus que par la récurrence des voix du(des) conteur(s). En irriguant ainsi par **petites touches**, il devient le format idéal pour accompagner vos collaborateurs ou clients sur des projets de long terme.



CRÉER SA SÉRIE DE PODCASTS

Faire évoluer son propre regard sur les choses nécessite d'y être confronté à plusieurs reprises. Un programme d'acculturation n'est efficace que s'il s'inscrit dans **le temps long nécessaire à l'assimilation**. En permettant à chacun d'avancer pas à pas, à son rythme, au fil des épisodes, la série de podcasts est idéale pour irriguer sa cible sur des thèmes spécifiques.



Définir un fil rouge logique et cohérent

Avant de se lancer dans l'écriture, il est primordial de concevoir son fil argumentaire afin de s'assurer de la pertinence de chacune des idées maîtresses et des liens qui les unissent mais aussi de la clarté et de la logique de ce fil conducteur.



Découper en podcasts digestes

Lors de cette étape, le maître mot est l'équilibre : ni trop court, ni trop long, avec suffisamment de liens avec les podcasts précédents mais sans trop de répétitions, en veillant à ce que chaque épisode forme un morceau cohérent et intéressant à part entière.



Soigner l'écriture de chaque podcast

Le format "parlé" ne doit pas empêcher de travailler le style d'écriture et d'user de quelques figures rhétoriques sans pour autant en abuser. L'écriture doit être fluide et dynamique pour faciliter la diction lors de l'enregistrement.



Enregistrer et monter !

Il ne vous reste plus qu'à enregistrer en soignant votre diction et en veillant à bien articuler ! Et n'oubliez pas de retravailler la prise de son pour l'expurger des bruits parasites : la technique doit rester transparente mais elle est importante !



Adopter une signature reconnaissable

Et bien sûr un style, un ton, des codes reconnaissables, quelques expressions récurrentes et/ou des gimmicks sonores qui laisseront la trace de votre signature dans les mémoires, et peut-être le cœur, de vos auditeurs.



L'EXPÉRIENCE STORY RH

Nous en avons marre d'entendre toujours les mêmes histoires : celles qui promettent monts et merveilles sans se soucier de ce qui est bien et bon pour le client, les personnes, la société ou encore celles qui tordent les concepts fondamentaux du monde de l'entreprise, des RH et de la vie, pour servir des intérêts marchands.

Alors, plutôt que de rêver, nous nous sommes lancés un défi : expliquer, partager, analyser, débattre les concepts RH et digitaux en vogue dans l'entreprise avec la **volonté permanente de transmettre avec pédagogie sans langue de bois.**

Story RH c'est avant tout un **fond solide** et une réelle **rigueur intellectuelle**. C'est aussi une **forme dynamique** et un **ton léger** permettant d'aborder sur des **formats courts** (5-8min), diverses thématiques de l'entreprise : RH, management, transformation, digital...

[StoryRH.fr](https://www.storyrh.fr)



+ 110 épisodes

+ 10h de contenus audio

+ 45 000 écoutes

Abonnez-vous gratuitement sur toutes les plateformes de podcasts !



LES DÉRIVÉS DE STORY RH

Story RH, ce sont des podcasts courts à l'écriture dynamique pour expliquer, vulgariser et donner des clés de lecture sur des sujets liés au monde de l'entreprise (digital, organisation, management, RH...). Ces contenus sont disponibles gratuitement sur l'ensemble des plateformes (YouTube, Deezer, Spotify, Apple podcast...) et en ligne sur <https://storyRH.fr>

Avec la même envie de partager et de transmettre, d'autres formats peuvent compléter l'offre de podcasts.

LES INFOGRAPHIES

Si le podcast favorise la compréhension en créant une connivence entre speakers et auditeurs, il peut être difficile dans la durée de retenir les informations écoutées. Pour éviter de réécouter un podcast que l'on a compris, la **fiche mémo** permet, en un seul coup d'œil, de **se remémorer** de manière synthétique et visuelle les points clés.



LES LEÇONS

Lorsque nous sommes passifs devant un écran, notre cerveau enregistre moins d'informations que lorsque nous sommes amenés à réfléchir. En invitant les apprenants à répondre à des quizz et à **se questionner sur ce qu'ils ont écouté**, les notions sont plus facilement assimilées.

Retrouvez nos leçons gratuites sur <https://learn.flexity.biz>

LES DOSSIERS THÉMATIQUES

Le découpage en podcasts courts permet de comprendre et d'assimiler plus facilement mais peut également conduire à cloisonner la pensée. Pour reprendre un peu de hauteur sur les thèmes abordés et **structurer sa pensée**, Story RH propose également des **dossiers** sur différentes thématiques alliant visuels, infographies, podcasts et vidéos.

Retrouvez nos dossiers sur <https://storyRH.fr>



LES DOSSIERS EXPLORATOIRES

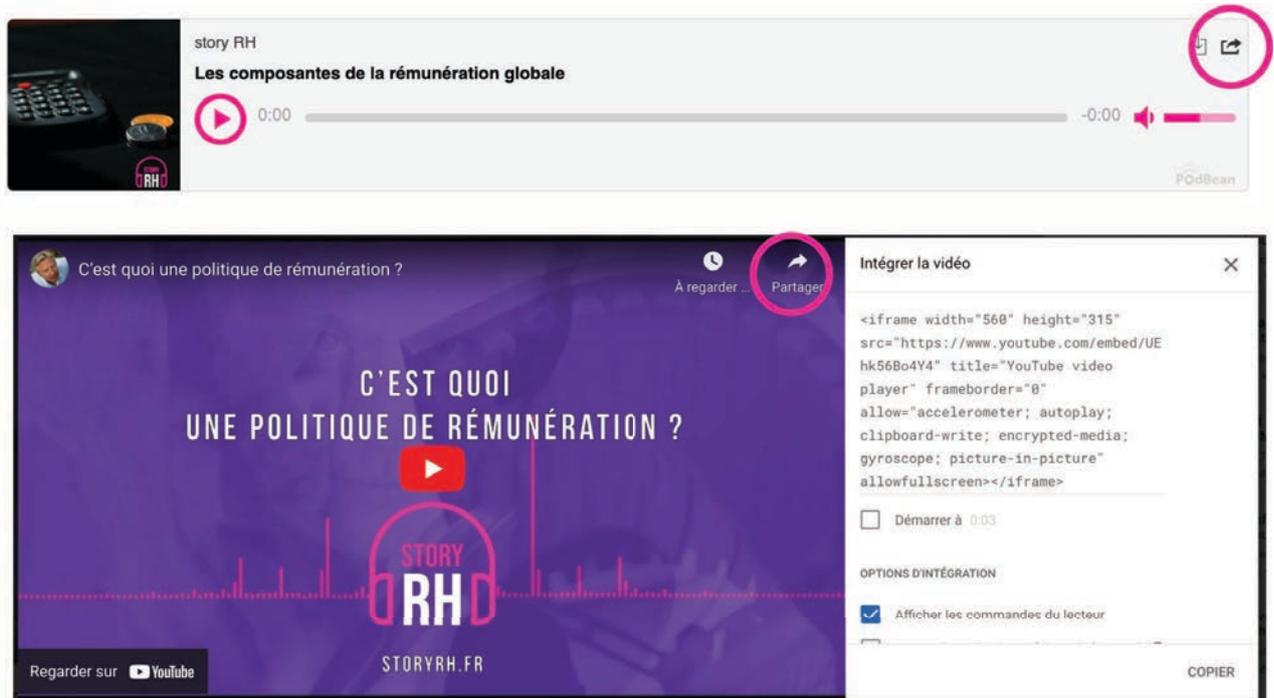
La compréhension des choses repose en grande partie sur la capacité à **faire des liens entre les concepts** et les notions que l'on maîtrise. Au travers des dossiers exploratoires, nous vous invitons à découvrir en profondeur un sujet et les liens qui se tissent entre différentes notions et leurs corollaires.

Par exemple <https://storyrh.fr/enjeux-humains-transformation/>

UTILISER GRATUITEMENT LES CONTENUS DE STORY RH

Un simple "copier / coller" et le tour est joué !

Sous réserve de disposer d'un accès à Internet, il est aisé d'intégrer un podcast Story RH (audio ou vidéo) dans son Intranet via un code iframe ou un simple lien URL.



The image shows two screenshots illustrating the ease of using Story RH content. The top screenshot shows an audio player for a Story RH podcast titled "Les composantes de la rémunération globale". A red circle highlights the share icon in the top right corner. The bottom screenshot shows a YouTube video player for the video "C'est quoi une politique de rémunération ?". A red circle highlights the share icon in the top right corner. An "Intégrer la vidéo" (Embed video) window is open, showing the HTML code for embedding the video. The code includes the YouTube embed URL and various attributes for player controls and permissions. A "COPIER" (Copy) button is visible at the bottom right of the window.

POURQUOI EST-CE GRATUIT ?

La gratuité de l'ensemble de ces contenus s'inscrit dans l'ambition de Flexity d'**œuvrer concrètement pour une entreprise performante, innovante et humaine.**

Les approches commerciales racoleuses qui affirment avant de démontrer sont à l'opposé de nos valeurs et pratiques. Nous préférons faire l'investissement de **montrer ce que nous pouvons faire, tout en étant utile et cohérent avec notre vision du monde.**

Parce que nous pensons qu'il faut **donner envie plutôt que faire envie**, nous espérons que si vous avez apprécié ce que nous faisons, alors vous aurez envie de travailler avec nous.



POUR EN SAVOIR PLUS, CONTACTEZ-NOUS



Président de Flexity
patrick.storhaye@flexity.biz



Consultante chez Flexity
mahe.bossu@flexity.biz