



Exemple Marketing Digital

Gestion et promotion du podcast

Tsai-Ning YU

06 41 97 91 03

annabelleyu1017@gmail.com

Overview

En tant que Taïwanaise vivant en France, j'ai découvert de nombreux aspects multiculturels riches mais encore méconnus. En 2022, j'ai donc décidé de lancer un podcast visant à partager les valeurs et expériences multiculturelles européennes avec des auditeurs taïwanais.

Le podcast est animé par deux personnes : moi-même et une amie taïwanaise ayant survécu à un cancer du sein à seulement 25 ans. Ensemble, nous abordons avec légèreté et humour des sujets variés tels que les différences culturelles, le cancer, ou encore des histoires de vie d'invités résidant à l'étranger.

Principaux résultats obtenus :

- **42 épisodes publiés**, avec une audience moyenne par épisode passée de **50 à 178 auditeurs**.
- Une visibilité mensuelle de **390,000 impressions** sur Threads, contribuant à une augmentation de **16,7 %** des abonnés Spotify.
- Une vidéo Instagram atteignant **58,000 vues** et générant **734 interactions**.

Stratégie et actions

Étape de lancement

1. **Positionnement du podcast** : Émission axée sur la multiculturalité et des discussions légères, visant principalement les femmes intéressées par les échanges interculturels ou confrontées, directement ou indirectement, au cancer.
2. **Création de l'identité visuelle** : Design basé sur nos personnalités et localisations respectives (France et Taïwan), et nom du podcast inspiré d'aliments emblématiques des deux pays : **Fromage & Stinky Tofu Radio**.
3. **Public cible** : **60 %** de l'audience est **taïwanaise**, avec une majorité de **femmes** âgées de **28 à 34 ans**.

Production de contenu

1. **Planification des sujets** : Des thèmes variés autour de la France (études, travail, voyages) avec un souci de diversité dans les contenus.
2. **Montage et design sonore** :

- Rédaction des scripts, montage des épisodes et mise en ligne sur Spotify, Apple Podcasts, et Soundon.
 - Création d'une introduction et de jingles personnalisés pour chaque épisode.
3. **Fréquence de publication** : 42 épisodes publiés depuis décembre 2022, initialement à un rythme bihebdomadaire. En 2025, la fréquence passe à un épisode par semaine pour renforcer l'engagement de l'audience.

Promotion et marketing

Nous avons utilisé des stratégies de marketing de contenu sur plusieurs plateformes : Instagram, Threads, TikTok et YouTube.

I. Instagram

1. **Résultats actuels** : 308 abonnés, 3 200 impressions mensuelles, et 130 interactions.
2. **Stratégie** : Création de 1 post et 2 vidéos courtes par épisode.
3. **Meilleur résultat** : Une vidéo a atteint 58 000 vues avec 734 interactions.

II. Threads

1. **Résultats actuels** : 948 abonnés, 390 000 impressions mensuelles, et 110 000 interactions.
2. **Approche** : Depuis décembre 2024, Threads est notre principal canal de promotion. Une publication quotidienne a permis d'augmenter les abonnés Spotify de 16,7 %.

III. TikTok

1. **Lancement** : Novembre 2023, géré par l'animatrice basée à Taïwan.
2. **Résultats actuels** : 172 abonnés. En raison de l'algorithme local, la visibilité est concentrée sur la région taïwanaise.

IV. YouTube

1. **Lancement** : Octobre 2024 pour accueillir les anciens utilisateurs de Google Podcasts.
2. **Stratégie** : Vidéos combinant des animations en pixel art et des extraits audio pour une expérience visuelle plus attrayante.

Analyse des résultats et ajustements

1. **Comparaison des plateformes**

- Threads génère les meilleurs résultats en termes d'exposition et d'interactions. En 2025, nous renforcerons notre présence sur cette plateforme.
- Instagram, malgré des résultats moins stables en raison de l'algorithme, reste un bon complément. Une collaboration avec d'autres créateurs pourrait améliorer l'impact.

2. **Préférences de l'audience**

- Les épisodes avec des invités enregistrent une augmentation de **30 %** du taux d'écoute par rapport aux épisodes sans invités.
- La forte proportion de femmes parmi nos auditeurs (**70 %**) offre des opportunités pour créer des contenus spécifiques (relations interculturelles, carrières internationales, chocs culturels, etc.).

3. **Optimisation de la fréquence**

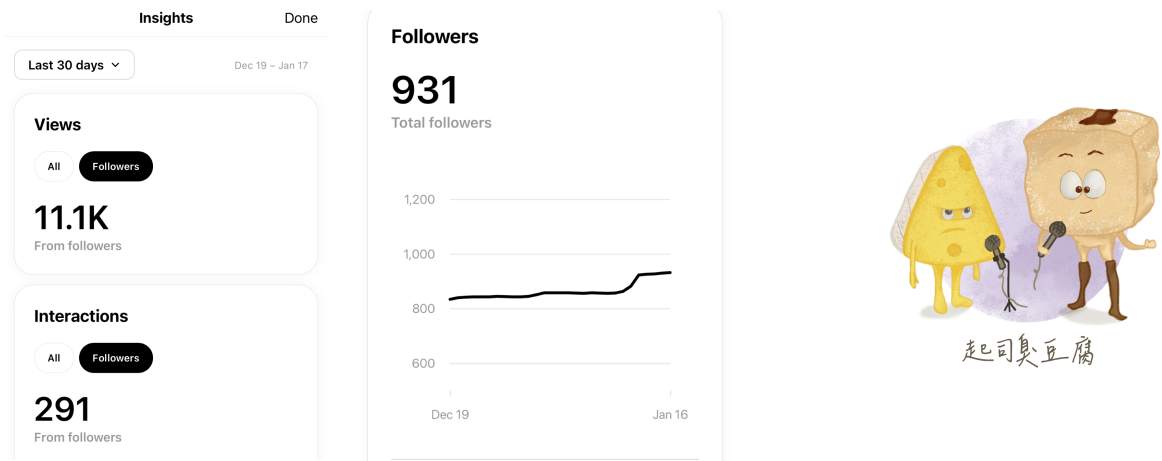
Le passage à une publication hebdomadaire a significativement augmenté l'engagement de l'audience, confirmant la pertinence de ce choix.

Pour consulter les données complètes ou les captures d'écran des performances, veuillez vous référer aux graphiques et contenus visuels inclus ci après:

Key Number

Cumulative unique downloads	Average of episode Unique Downloads	Download in last 7 days	Download in last 30 days	Published
7,512	178	288 -21.5% ▼	993 37.7% ▲	42

Threads



Instagram



Spotify Followers (dec2024 -jan2025)

