Yrityspodcast-opas

SUOMALAISILLE YRITYKSILLE



Siiri Rahko, Lapin Ammattikorkeakoulu (2026)

Mikä ihmeen yrityspodcast?

Yrityspodcast on podcast, jota yritykset käyttävät markkinoinnin välineenä syventääkseen suhdetta asiakkaisiin ja herättääkseen mielenkiintoa mahdollisissa uusissa asiakkaissa.



Sen avulla yritys voi esimerkiksi:

- Vahvistaa brändimielikuvaansa
- Rakentaa vahvempaa suhdetta olemassa oleviin- ja uusiin asiakkaisiin
- Esitellä asiantuntijuuttaan
- Markkinoida yrityksen tuotteita ja palveluita
- Lisätä yrityksen tunnettuutta

S I S Ä L L Y S L U E T T E L O

01 Podcast-tuotannon eri vaiheet

02 Podcast-markkinointi

03 Tulosten mittaaminen

04 Tyypillisimmät virheet

05 Kuuntelijoiden vinkit

06 Esimerkkejä yrityspodcasteista



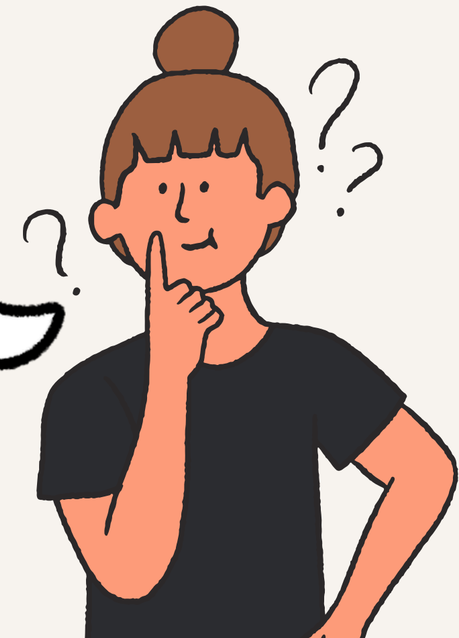
01 PODCAST-TUOTANNON ERI VAIHEET

1. Kohderyhmä ja podcast-jakson tyyli
2. Nimi, kuvaus ja avainsanat
3. Julkaisuaikataulu ja sisällön suunnittelu
4. Podcast-jakson rakenteen suunnittelu
5. Äänenlaatu ja julkaisuprosessi

Mistä aloittaa?

Podcastin aloittamisessa yksi tärkeimmistä vaiheista on kohderyhmän määritteleminen. Jos podcast sisällön suunnittelussa ei oteta huomioon kohderyhmää, mitä todennäköisemmin podcast ei tavoita haluttuja kuuntelijoita.

Aloitusvaiheessa on hyvä pohtia sitä, kenelle podcastia halutaan tehdä ja miksi.



01 KOHDERYHMÄ JA PODCAST-JAKSON TYYLI

Kohderyhmän valitsemisessa voit miettiä esimerkiksi millainen:

- rakenne
- toistuvat elementit
- kieli
- jaksojen aiheet
- mainonta
- jakson pituus
- vierailijat

vetoaisivat tavoittelemaasi kohderyhmään. Nämä asiat voivat toimia suuntaviivana suunnittelussa ja toteuttamisessa.

On tärkeä “tuntea” podcastin kuuntelijat, koska silloin onnistut tekemään juuri heitä puhuttelevaa sisältöä!



01 KOHDERYHMÄ JA PODCAST-JAKSON TYYLI

Suunnittelussa on tärkeä päättää, minkä tyylinen podcast on. Tyylit on jaoteltu **kuuteen** päätyyppiin, joita ovat:

Haastattelu

Haastattelua pidetään yhtenä yleisimmistä podcast-tyypeistä. Tällaisissa podcasteissa vieraat vaihtuvat ja keskustelu soljuu kysymyksestä toiseen.

Tarinan-kerronta

Tarinankerronta podcasteille tyypillistä on selkeä kerronta ja aiheiden selkeä valitseminen ja suunnittelu.

Monocast

Monocastilla tarkoitetaan “yksinpuhelua” eli yleensä podcastin isäntä on jaksojen ainoa ääni.

Keskustelu

Keskustelu tyyppisessä podcastissa on yleensä kaksi tai useampi isäntää. Se eroaa haastattelusta niin, ettei vain toinen kysele kysymyksiä.

Koulutus

Koulutuspodcasteissa puolestaan pyritään tarjoamaan kuuntelijalle jonkinlainen “oppitunti”.

Uudelleen käytetty sisältö

Uudelleen käytetyllä sisällöllä tarkoitetaan esimerkiksi jonkin live-esityksen muuttamista myöhemmin podcast-muotoon.

01 NIMI, KUVAUS JA AVAINSANAT

Suunnitteluvaiheessa podcastille luodaan **nimi**, **kuvaus** ja **avainsanat**, jotta kuuntelijoiden on helpompi löytää sen pariin. Nimen suositellaan olevan lyhyt ja ytimekäs mutta myös sisältöä kuvaileva.

Podcastin kuvauksen tulisi olla selkeä yleiskuva sisällöstä. Kuvaukseen olisi hyvä lisätä avainsanoja, sillä ne helpottavat podcastin löytymistä hakutuloksissa ja hakemistossa.

Kuvauksessa ensimmäisellä lauseella on suurin merkitys, mutta yleisesti sen tulisi olla mielenkiintoa herättävä.

01 JULKAISUAIKATAULU JA SISÄLLÖN SUUNNITTELU

Podcast-tuotannossa julkaisuaikataulun suunnittelemiseen kannattaa varata aikaa. On hyvä miettiä kuinka usein uusia jaksoja julkaistaan ja pitää myös kiinni suunnitellusta aikataulusta. Säännöllinen julkaisurytmi saa kuuntelijat sitoutuneiksi ja mielenkiinnon pysymään yllä, kun he tietävät milloin uusi jakso tulee.

Vinkki!
Julkaisurytmin ylläpitämiseksi jaksoja voi äänittää valmiiksi varastoon!



Perusteellinen sisällön suunnitteleminen pitää sisällään ideoita ja aiheita podcast-jaksoille. Sen lisäksi podcastin tyypin mukaan, tuottaja voi etsiä jo valmiiksi potentiaalisia vierailijoita jaksoihin.

01 PODCAST-JAKSON RAKENTEEN SUUNNITTELU

Tärkeää!

Sisällön on oltava jollain tapaa <u>katsojaa hyödyttävää!</u>



1. Podcast-jakso alkaa yleensä **introlla**, jonka tarkoitus on tiivistää kuuntelijoille mitä asioita jaksossa tullaan käsittelemään.

2. Podcast-jakson **sisältö** itsessään voi koostua podcastin tyylistä riippuen esimerkiksi haastatteluista, aiheeseen X liittyvästä keskustelusta tai siinä voidaan esimerkiksi opettaa kuuntelijoille jotain uutta.

3. Podcast-jakso puolestaan loppuu **outroon**. Siinä voidaan kiittää kuuntelijoita tai se voi pitää sisällään call to action (toimintakehote) elementtejä, joita voi myös käyttää markkinoinnin keinona.

01 PODCAST-JAKSON RAKENTEEN SUUNNITTELU

VINKKEJÄ!

Intro

Intron olisi hyvä sisältää:

- tunnusmusiikki
- juontajien esittelyt
- kontekstin luominen jaksolle
- mahdollisen vieraan esittely
- podcastin esittely/ pätkä podcast-jaksosta -> toimii mielenkiintoa herättävänä ja koukuttavana elementtinä heti podcast-jakson alussa

Outro

Outrossa puolestaan olisi hyvä olla:

- tunnusmusiikki
- kuulijan kiitokset
- call to action eli toiminta-kehotteet
- maininta yrityksen tai podcastin sosiaalisen median kanavista
- yleisesti kuulijan puhuttelu

01 ÄÄNENLAATU JA JULKAISUPROSESSI

Podcastissa **äänenlaadulla** on **todella iso merkitys**. Jos laatu vaihtelee, saatetaan podcast-jakso skipata suoraan. Ihmiset haluavat kuunnella miellyttäviä ääniä, joten hyvä äänenlaatu on podcastin **perusvaatimus**.
Podcastin äänityksessä studiolla on myös väliä. Tilan tulisi olla mahdollisimman kaiuton.



HOX!

- Äänenlaatuun voi vaikuttaa myös mikrofonin laadukkuudella.
- Ylimääräiset ja häiritsevät äänet pystytään poistamaan editoimalla.

01 ÄÄNENLAATU JA JULKAISUPROSESSI

Podcast-julkaisuprosessin ensimmäinen vaihe on ladata podcast-äänitiedosto valitsemaasi host-palveluun.

Podcast-äänitiedostoja voi ladata ilmaiseksi esimerkiksi Spotify tai Souncloud – palvelun kautta.

Alustalle tehdään ensin oma tili ja sen jälkeen MP3-muodossa oleva tiedosto ladataan kuunneltavaksi.

01 ÄÄNENLAATU JA JULKAISUPROSESSI

Suosituimmat podcast-julkaisualustat ovat:

- Spotify
- Souncloud
- Supla
- Yle Areena
- Radioplay

Tiesitkö?

Host-palveluissa podcastin voi linkittää RSS-syötteen avulla eri jakelukanaviin. RSS-syöte on verkkosyöte, jonka avulla podcastin jakelu on mahdollista.



02 PODCAST-MARKKINOINTI

Podcast-jakson julkaisemisen jälkeen **markkinoinnilla** on suuri rooli. On tärkeää, että markkinoit podcastia sellaisilla alustoilla, joita kohderyhmääsi kuuluvat henkilöt käyttävät.

Markkinointiin käytettävien alustojen valitseminen on erityisen tärkeää siksi, että kohderyhmäsi tietää, että podcast on olemassa. Jos markkinoit väärällä alustalla, kuuntelijat eivät löydä podcastisi pariin.

Onnistunut podcast-markkinointi:

- saavuttaa kohdeyleisön
- herättää kuuntelijoissa mielenkiintoa
- tukee liiketoiminnallisia tavoitteita



02 PODCAST-MARKKINOINTI

Podcastit ovat **strateginen kanava** sellaisille yrityksille joiden tavoitteena on rakentaa luottamusta, asiantuntijuutta ja tarjota arvoa sellaisella tavalla, joka sopii kuulijan arkeen.

Podcast-markkinointi perustuu informatiivisen ja mielenkiintoisen sisällön tuottamiseen. Onnistuneessa podcast-markkinointistaregiassa luodaan sisältöä, jonka ääreen kuuntelija haluaa jäädä.

Podcast-markkinointi luo yritykselle mahdollisuuden vahvistaa **brändikuvaansa** ja esitellä **asiantuntijuuttaan**.

Podcast-markkinoinnissa hyvä muistaa:

- SEO eli hakukoneoptimointi
- Podcastissa vierailevien some-näkyvyyden hyödyntäminen
- **Podcast-trailerit!**



03 TULOSTEN MITTAAMINEN

Podcastin onnistuvuutta voidaan mitata erilaisilla tavoilla:

- Podcastien julkaisualustoilta voidaan saada dataa esimerkiksi kuuntelijoiden kuunteluajasta ja -kerroista
- Alustojen ulkopuolella voidaan mitata sosiaalisen median kanavien tykkäyksiä, keskustelua sekä kommentteja
- Podcast-mainonnan onnistuvuutta voidaan mitata klikkausprosenttien ja näyttökertojen kautta. Lisäksi dataa voidaan kerätä sähköpostimarkkinoinnin ja verkkosivuanalytiikan avulla

Podcastien julkaisualustoilta saatava tieto auttaa kehittämään sisältöä, kun puolestaan niiden ulkopuolelta kerätty data luo kuvan siitä, miten podcast toimii osana sisältöstrategiaa.



04 TYYPILLISIMMÄT VIRHEET

- Huono äänenlaatu
- Kuulijalle hyödytön sisältö
- Asiantuntijuuden puuttuminen
- Jaksoon epäsopivat vieraat
- Juontaja ei osaa kysyä vierailta oikeanlaisia kysymyksiä tai johtaa keskustelua
- Podcastin julkaiseminen alustalle, josta kohderyhmä ei löydä sen äärelle
- Podcast-jakson aloitus venyy liian pitkäksi → kuulijat kyllästyvät
- Jakson pituutta ei ole mietitty kohderymälle sopivaksi
- Sisältö on liian suunniteltua ja jäykkää
- Kuulijaa ei osallisteta tai puhutella jakson aikana millään tavalla
- Podcastin kohderyhmä ja tarkoitus ei ole selkeät
- Podcast keskittyy liikkaa mainostamaan yritystä, sen palveluita tai tuotteita

05 KUUNTELIJOIDEN VINKIT

Kuuntelija on merkittävä osa podcasteja, jos ei ole kuuntelijoita, ei ole podcastiakaan. Tämän vuoksi podcastien/yrityspodcastien aktiivisilta kuuntelijoilta on kerätty vinkkejä, jotta **juuri sinä** voisit onnistua yrityspodcastin teossa!

- Huolehdi, että podcastissa on hyvä äänenlaatu
- Podcastin juontajan olisi hyvä haastaa vierailijoita eikä myötäillä heitä
- Podcastin tulisi olla nykyaikainen, someen voisi laittaa lyhyitä klippejä jaksoista niin sanottuja ”parhaita paloja”
- Erinomainen asiantuntijuus podcastin aiheesta ja sen esille tuominen
- Yleisesti ottaen hyvä laatu kautta linjan ja pyrkimys tehdä podcastista hyvä kuuntelukokemus
- Ajankohtaiset aiheet ja vierailijat, sekä niiden sopivuus podcastin teemaan
- Podcast ei saa olla liian mainosmainen
- Videopodcasteissa hyvä videon laatu
- Podcastista täytyy olla jotain konkreettista hyötyä kuuntelijalle



06 ESIMERKKEJÄ YRITYSPODCASTEISTA

- Rahapodi - Nordnet
- WTF Markkinointi - Dagmar
- Oivalluksia rahasta ja elämästä - Danskebank
- Taloudellinen mielenrauha - Danskebank
- Rahapuhetta - OP Pohjola
- Mitä tänään syötäisiin - K-ruoka
- Raakaa puhetta yrittäjyydestä - Varma
- Viisas raha - Suomen Osakesäästäjät



LÄHTEET

Opas perustuu opinnäytetyöni **tietoperustaan** sekä tekemääni **tutkimukseen**. Opas on tehty **Canvassa** mallipohjalle, jota on muokattu ja johon on lisätty Canvasta löytyviä visuaalisia elementtejä.

- Pentikäinen, P. 2020. Yrityspodcast – ”Tein itse ja säästin” vai sittenkin jotain muuta… Pulu Studio 27.3.2020. https://pulustudio.com/yrityspodcast-tein-itse-ja-saastin-vai-sittenkin-jotain-muuta/.
- Suomen Podcastmedia 2025i. Podcast markkinointi – Mihin yritys voi hyödyntää podcastia? https://www.podcastmedia.fi/blogi/mihin-yritys-voi-hyodyntaa-podcastia/.
- Suomen Podcastmedia 2025. Miten yrityspodcastin aihe kannattaa valita? https://www.podcastmedia.fi/blogi/miten-yrityspodcastin-aihe-kannattaa-valita/.
- Asennestudio 2026. Näin teet podcastin, joka tavoittaa oikean yleisön. https://asennestudio.fi/2025/09/11/nain-teet-podcastin-joka-tavoittaa-oikean-yleison/.
- Lianatech 2021. Miten aloittaa podcastien tekeminen? (infograafi) https://www.lianatech.fi/tutustu/blogi/miten-aloittaa-podcastien-tekeminen-infograafi.html.
- Järvinen, J. 2024b. Podcastin formaatin hahmottaminen. Podcast-opas sisällöntuottajille. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. https://oppimateriaalit.jamk.fi/fi/podcast/podcast/podcastin-formaatin-hahmottaminen-2/.
- Leme-Nelson, C. & Rowe, L. 2026. How to plan a podcast: the ultimate guide for podcasters. Cue Productions 10.8.2026. https://www.cueproductions.com/post/how-to-plan-a-podcast.

LÄHTEET

- Koskela, J. 2024. 12 vinkkiä oman podcastin suunnitteluun. Feelcast 2.9.2024. https://www.feelcast.fi/blogi/12-vinkkia-oman-podcastin-suunnitteluun.
- Kortesuo, K. 2019. Kaikenkattava sisällöntuotannon opas yrityksille: tee teksti, kokoa kuva, puhu podcast. 1. painos. Helsinki: Kauppakamari.
- Sakon Studio 2026. Podcastien äänitys ja editointi. https://www.sakonstudio.fi/p/tube-ja-podcast-masterointi.html.
- Suomen Podcastmedia 2025g. Ammattilaisen vinkit podcastin äänittämiseen. https://www.podcastmedia.fi/blogi/ammattilaisen-vinkit-podcastin-aanittamiseen/.
- Podcast Auditorio 2025. Podcastin julkaisu. https://www.podcastauditorio.com/podcastin-julkaisu/.
- Podimo 2026. Mikä on RSS-syöte? https://support.podimo.com/hc/fi-fi/articles/33609658910737-Mik%C3%A4-on-RSS-sy%C3%B6te.
- Suomen Podcastmedia 2025c. Podcastin kuuntelijaprofiilit: Kuka kuuntelee podcasteja, ja miksi se kannattaa tietää? https://www.podcastmedia.fi/blogi/podcastin-kuuntelijaprofiilit-kuka-kuuntelee-podcasteja/.
- Nokka, I. 2025. Podcastin markkinointi: Miten podcastia kannattaa markkinoida? SDM Digital 28.8.2025. https://sdm.fi/blogi/podcastin-markkinointi/.
- Hostragons 2025. Podcast-markkinointi: Yhteyden muodostaminen äänisisällön kanssa. https://www.hostragons.com/fi/blogi/podcast-markkinoinnin-aanisisaltoa/.
- Spotify 2023. Podcast marketing: 12 key strategies to promote and grow your podcast. https://creators.spotify.com/resources/grow/podcast-marketing.

Kiitos!

TOIVOTTAVASTI OPAS OLI HYÖDYLLINEN, TSEMPPIÄ YRITYSPODCASTIN TEKOON!

