

إحداث موجات

تفعيل طاقة الراديو المتكلم

بقلم جورج كاسباريان

الراديو المتحدث هو إستراتيجية خرافية للتسويق تسمح لك أن تُظهر خبرتك، وتروج منتجاتك وخدماتك، وتحول الطريق باتجاه موقعك على الشبكة وأن تطلب من الناس أن يبحثوا عن رسالتك الإخبارية بالبريد الإلكتروني. والجزء الأهم هو أنه لا يكلف إلا مقدار قليل من المال! نعم، هناك كثير من الناس على الاستقبال اللاسلكي قد لا تريد أن تزاملهم. ولكنَّ هناك مضيبي عرض الحديث الممتازين، إذا استطعت أن تدخل نفسك إلى شبكتهم الرادارية، يستطيعون أن يزودوك بكشف رائع في سوقك الجغرافي دون كلفة.

هناك حقاً أربع طرق لكي تنضم إلى الراديو المتكلم بحيث تستطيع أن تعرض موظفيك باختيال وتزيد من رؤيتك في الأسواق حيث تريد أن تكون متميزاً بصفتك صاحب سلطة في السوق:

1. علق على حوادث الأخبار العاجلة.

2. اجعل نفسك تبدو خبيراً لقطاع بأكمله.

3. كن ضيفاً معلقاً بشكل منتظم.

4. امتلك برنامجاً إذاعياً خاصاً بك.

كن خبيراً في إذاعة الأخبار العاجلة:

لدي خبرة في موضوع في منطقتين مختلفتين. درست العلوم السياسية في جامعة توفتس قبل أن التحق بمدرسة الحقوق، وكنت مبرمج كومبيوتر قبل أن أصبح محامياً ضرائب.

وهكذا كنت قادراً على تسويق نفسي بصفتي معلقاً خبيراً على الأخبار العاجلة في ميادين القانون والاقتصاد والسياسة والتقانة والتخطيط العقاري.

مضيفو البرامج الحوارية (ومنتجوها) يتطلعون دوماً إلى أناس يجيدون الكلام على الهواء بعد مدة إشعار قصيرة ويقدمون تحليلاً عميقاً عما يحدث في أخبار اليوم. وهؤلاء المضيفون في الإذاعة يحتاجون إلى شخص ما للتحدث معه، كما يحتاجون لشخص قادر على وصف الأوضاع - كلما كانت مثيرة للجدل كلما كان ذلك أفضل - التي تجعل الهواتف ترن. إذا كنت تستطيع أن تجعل نفسك ضيفاً على أحد البرامج الحوارية الإذاعية المعروفة فتأكد أنك ستدعى مرة ثانية وثالثة.

ما المفيد في ذلك بالنسبة لك؟ كل واحد في منطقتك الجغرافية سيسمعك على الهواء ويشير إليك بصفتك خبيراً. هذا نوع من التسويق قد لا تستطيع أن تدفع من أجله. وكل ما عليك أن تفعله أن تتكلم على الهاتف لمدة 7-10 دقائق حول أشياء تحب أن تناقشها على أي حال. كم هذا شيء حسن؟ على كل حال، عندما تكون على الهواء تقدم تعليق خبير حول قصة إخبارية قد لا تكون لديك الفرصة للقيام بكثير من الترويج لذاتك. ولكنني كنت دوماً بارعاً في ذلك، فالمرکز الذي اكتسبته في المجتمع نتيجة لظهوري في بعض البرامج عوضني عن نقص الدعاية.

قم بميزة بارزة تستدعي مدة عرض كاملة من مدد البرنامج:

برامج الراديو مقسمة إلى أقسام ذات طول ثابت. وهذه تختلف من برنامج إلى آخر، ولكن مدد المحتوى الفعلي تتوزع بين الإعلانات في أي مكان بين 11 - 17 دقيقة. ويرغب عادة مضيف البرنامج الحوارية بتركيز مواضيع حلقاته بحيث تتم مناقشة موضوع أو استضافة أحدهم خلال القسم الواحد من العرض. وهدفك أن تجعل نفسك مدعواً للمشاركة بقسم كامل.

أسهل طريقة للقيام بذلك أن يكون لديك كتاب منشور. إذا كنت مؤلفاً وكان كتابك يتناسب جيداً مع محتوى العرض فلديك فرصة ممتازة في الحصول على مدة أو قسم

كامل من البرنامج. عليك أن تكلف نفسك (أو أن يكون لك شركة دعائية للقيام بذلك) بإرسال عدتك الإعلامية ونسخة مراجعة من الكتاب إلى المنتج. أنا أنصح بإرسال قائمة من نموذج مسائل جرت مراجعتها أو أحاديث أيضاً (الجمهور لا يقرأ الكتاب أبداً - إنه يطيح به) الجمهور قد يقرأ الكتاب من أجلك وسيسمح دون استثناء لك بإرسال أشخاص إلى موقعك على الشبكة، ويدعوهم إلى أن يوقعوا على رسالتك الإخبارية الإلكترونية وأن يقولوا أشياء ترويجية ذاتية أخرى لا تستهدف المبيعات علانية.

سيكون الأمر أصعب نوعاً ما إذا لم يكن لديك كتاب، ولكن مقالة منشورة في مجلة محلية يمكن أن تعطيك حيزاً في البرنامج. بغياب هذا ستكون الأحوال سيئة إلا إذا كنت تشارك بطبيعة الحال بشكل متكرر في البرامج وقرر المضيف أن يقوم بلفتة مميزة حول موضوع يدخل في نطاق خبرتك. الأساس هنا أن تكون حقاً خبيراً في الموضوع ولديك ما يكفي من المعلومات عنه. إذا استطعت أن تتجاوز العقبات، فإن مشاركتك في هذه المدة من البرنامج ستكون بحق فرصة ترويجية رائعة لك.

أن يكون ظهورك منتظماً في البرنامج:

كنت قادراً على أن أرفع من عدد مرات استضافتي التي كانت تتم بين حين وآخر إلى مشاركة ثابتة في حديث إذاعي أسبوعي. كان من المطلوب في العرض الذي شاركت فيه أن تكون إحدى فقراته مائدة سياسية مستديرة. حقيقة أنني كنت متحدثاً متمكناً ومتدفقاً (مما يعني أنني أقرأ كثيراً) في جميع مجالات الخبرة جعلتني مرشحاً جذاباً للمشاركة في المناقشة حول تلك المائدة المستديرة. أستطيع أن أعلق على حكم محكمة عليا لمدة أسبوع، وعلى المشكلات الأخيرة في صناعة الكمبيوتر تالياً، والسياسة النقدية تالياً، والمكائد في الكونغرس تالياً، براعتي وعمق معرفتي أكسباني المشاركة المنتظمة في البرامج.

أنا لا أكسب أي نقود مقابل مشاركتي في هذا العرض منذ سنتين، كما لم يكلفني ذلك أي نقود. ولكن، كان اسم شركتي يذكر كثيراً، وقد ذكر البرنامج على موقعه نبذة عن حياتي مع الإشارة إلى موقعي في الشبكة. كنت أقول، حيثما ذهبت، إنني المعلق السياسي للأحاديث المالية. المضيفون كانوا أيضاً كرماء جداً في مناقشة طبيعة ممارستي وبعض

الأشياء التي كانت تحدث في أعمالى التجارية كأحداث باتت معروفة. والنتيجة: حصلت على كثير من الدعاية الشخصية.

أملك البرنامج بنفسك:

الطريقة النهائية لتشق لنفسك الطريق إلى الإذاعة أن تصبح الشخص الرئيس لعرضك الخاص. لقد دهشت بأن أعلم أن العوائق للمشاركة في البرامج الحوارية الإذاعية قليلة جداً. كل ما يتطلبه ذلك أساساً هو الشخصية القوية، وجود راع للبرنامج، ودفتر شيكات. الشخصية حاسمة؛ لأنك يجب أن تتذكر: في المذيع أنت تروج لخبرتك وأنت مضيف في الوقت نفسه. أنت تحتاج إلى تطوير نوع من الألفة مع ضيوفك أثناء تحكمك في الوقت (جدول محتويات البرنامج والفواصل الإعلانية) وأن تتجنب لحظات «السكون القتال». نظراً لجميع الخيارات في سوق وسائل الإعلام - المحطات الأخرى، الآي بود، والإم بي ثري، وغيرها الكثير- تخيل كم من الوقت تستطيع أن تمسك بجمهورك إذا توقفت أنت أو ضيفك عن الكلام وساد الصمت مدة 15 ثانية فقط بين الأسئلة.

الحديث في الإذاعة يتطلب منك أن يكون لديك لسان سريع وذهن حاضر. ينبغي أن تكون قادراً على التفكير وأنت واقف على قدميك، وأن تتحدث بصوت مفعم بالحوية، وأن تنتقل بشكل سلس من فكرة إلى أخرى لأن جمهورك لديه نطاق اهتمام محدود. ستكون بحاجة لأن تربط خبرتك بمفهوم برنامج له جاذبية كبيرة لدى الزبون مثل الصحة، والعمل التجاري، والأملاك العقارية، أو المال.

ما إن تقرر أنك أصبحت تملك مفهوماً راسخاً ينبغي أن تطور تصويراً أو قالباً للمشهد ثم تذهب إلى الاستوديو لعمل شريط عرض تجريبي. هذا الشريط يستخدم لإظهار مفهومك لمديري البرنامج (المحطات المستقلة الأصغر هي الأفضل عادة) لترى ما إذا كانوا مهتمين بالتقاط عرضك. بلا شك فإنه من الجيد التقرب من المحطات بقالب يناسب مضمون عرضك. فعلى الأغلب لن يكون من المفيد أن تتحدث عن الرياضة في برنامج خاص بالعقارات. على أي حال إذا كان لديك عمل تجاري ومحطة مالية في مجتمعك فمن المحتمل أن يكونا مهتمين كثيراً.

عند هذه النقطة إذا كان الموقع مثيراً للاهتمام فلعلك قد تحتاج إلى أن تخرج دفتر شيكاتك. محطات الإذاعة تبيع مقادير من الوقت (على سبيل المثال من يوم الاثنين حتى الجمعة، 10-11 بعد الظهر) للعروض. ويتقرر سعر الوقت في جهاز الراديو بحسب قوة المحطة والوقت نهاراً. أوقات الصباح وبعد الظهر تكلف عادة أكثر نظراً لأنها تستقطب العدد الأكبر من المستمعين. والعروض الناجحة لديها مؤسسات راعية تغطي تكاليفها. وعلى أي حال عندما تكون في بداية انطلاقتك، عليك أن تمول أو تبحث عن جهة ممولة بنفسك إلى أن تبني لنفسك حصة من المستمعين وتجذب واحداً أو أكثر ممن يرون البرامج. أحد الأسرار القذرة القليلة في هذه الصناعة أن معظم المضيفين يدفعون من أجل أن يظهروا على الهواء في أوائل حياتهم المهنية. ولكن عليك أن تستثمر أموالاً كي تحصل على المال، أليس كذلك؟ على الأقل ستكون قادراً على إظهار خبرتك، ومن يدري، فقد تصبح مثل شين هانيتي أو د. لورا في يوم من الأيام!

سواء أصبحت ضعيفاً منتظماً في عرض إذاعي لشخص ما، أو كنت قادراً على إبداع برنامج الخاص، أوصيك باتخاذ مبادرات تسويق وعلاقات عامة لجعل جمهور المستمعين متنبهاً لظهورك على موجات الإذاعة. هذا قد يتضمن جملة من المواد الصحفية والمقالات المتميزة ومساحات للفواصل الإعلامية، ومواقع إعلان على محطات إذاعية أخرى وفي العروض والمحطات التلفزيونية المختلفة، وعروض استضافة الشخصيات البارزة. مشاركتك الإذاعية وحدها قد لا تكون رابحة بالنسبة لك، ولكن المساعدة التي تقدمها لك الإذاعة في تأسيس شهرتك لا تقدر بثمن، وسوف تمهد لك الطريق إلى مستقبل مزدهر.

جورج كاسباريان George Kasparian: خريج جامعة توفتس ومدرسة القانون التابعة لكلية بوسطن وهو عضو في هيئة محامي ماساتشوستس. لديه خلفية ممتازة في علوم الكمبيوتر فقد عمل في عدة انطلاقات عالية التقنية لتطوير «السوفت وير» والطلبات القائمة على الشبكة من أجل الضريبة القانونية وقطاعات الخدمات المالية. عمل كمساعد مضيف ومعلقاً سياسياً للبرنامج الإذاعي «التحدث بلغة المال / Financially

Speaking»، ويسهم بين حين وآخر في المطبوعات القانونية والضريبية. وهو الآن مشارك في ملكية مبادرة إكتوس (www.IctusInitiative.com)، وهي هيئة للتسويق وتطوير الشبكات والPR متعددة الوجوه مقرها في بوسطن، ماساتشوستس.

حقوق النشر ©2006، جورج كاسباريان

جميع الحقوق محفوظة

لا يمكن استخدام أي جزء من هذه المقالة وإعادة نشرها أو ترجمتها بأي شكل أو وسيلة بشكل إلكتروني أو آلي بما في ذلك التصوير أو النسخ أو التسجيل أو تخزين المعلومات دون إذن خطي من الكاتب باستثناء استخدام عبارات مقتضبة منها في أي بحث أو دراسة.