



Podcast - nagroda



„O Mediach w Tandemie” (Tandem Media) – Inspiracja dla branży

„O Mediach w Tandemie” to audycja o reklamie i jej otoczeniu – głównie w FM-owym i cyfrowym radiu, podcastach oraz w kinie, bo takie są pola działalności brokerskiej Tandem Media – deklarują twórcy projektu, czyli Michał Dobrzański i Radek Sączek. I rzeczywiście ich podcast – dziś dostępnych jest już blisko 20 odcinków – koncentruje się na „mediach dousznych”, w rozumieniu tradycyjnym i nowoczesnym, oraz reklamie kinowej.

Jako wierni słuchacze dodajmy na boku: nie tylko. Rozmowy i dygresje, które budują narrację, dotyczą też spraw bieżących, ważnych dla całej branży reklamy, nie tylko sfer audio i wideo. W okresie pandemii trudno się temu dziwić. Wszyscy poszukujemy najlepszych wskazówek, jak (w miarę) bezboleśnie wyjść z koronawirusowej opresji. W podcaście Tandem Media nie znajdziemy banalnych, łatwych podpowiedzi. Znajdziemy inspiracje. Autorzy szukają ich również za granicą przy okazji wszelkich konferencji (a ostatnio i e-konferencji) branżowych.

Z myślą o słuchaczach zawodowo związanych z rynkiem mediów i reklamy twórcy podcastu śledzą światowe trendy (głównie w Stanach Zjednoczonych i na rynkach Europy Zachodniej). Ale na bieżąco są też z obserwacją no-

wych zjawisk w naszym kraju. Nie udają przy tym „narratorów wszechwiedzących”, dlatego chętnie zapraszają interesujących gości związanych z sektorem mediów i marketingu. Kolejne odcinki podcastu – jak nakazuje nowa tradycja – publikowane są co tydzień. Co tydzień więc branża ma dostęp do świeżych, skondensowanych informacji dotyczących ważnej części krajobrazu mediowego.

Każda część audycji ma starannie dobrany content, co wbrew pozorom w przypadku polskich podcastów nie jest częste. Nawet podmioty z naszego rynku dysponujące oddzielnymi i wysokimi budżetami na podcasty potrafią się wyłożyć z kontentem. Warto zaznaczyć, że większość odcinków „O Mediach w Tandemie”, które już zostały upublicznione, twórcy nagrywali oddzielnie, z różnych miejsc ze względu na narodowy, a potem korporacyjny lockdown. Jakość przekazu na tym nie ucierpiała – ani pod względem merytorycznym, ani technicznym. Trudno się temu dziwić. Dobrzański i Sączek to urodzeni radiowcy (i dźwiękowcy) – zarówno w sensie tradycyjnym, jak i nowych form „fonosfery”.

Czy podcast „O Mediach w Tandemie” ma bezpośrednich konkurentów? Zauważmy, że rok 2020 to czas debiutu podcastów kilku sieciowych agencji mediowych. Niektóre z tych projektów są systematycznie rozwijane. Inne bardzo szybko okazały się jedynie spadającymi gwiazdami. Trudno pozbyć się wrażenia, że biuro reklamy wykorzystało chwilę zaważania kilku domów mediowych i nadawców i zaproponowało swój autorski podcast. Choć rzecz jasna ta chęć uruchomienia podcastu o mediach i reklamie wynikała – użyjmy anatomicznej metafory – nie z chęci utarcia komuś nosa, ale z potrzeby serca.

Audycje Dobrzańskiego i Sączka przecierają branżowe szlaki, odkrywają nowe zjawiska, a stare opisują w nowy interesujący sposób. „O Mediach w Tandemie” to bardzo dobry jakościowy podcast, który zadowoli nie tylko mediaplannerów i szefów agencji mediowych. To dobry wzorzec dla wszystkich, którzy również myślą o uruchomieniu własnego cyklicznego projektu audio. A że ten rynek będzie coraz większy – to pewnie. ●