

UTILISER LA

**VIDÉO**

POUR

AUGMENTER VOTRE  
VISIBILITÉ SUR

**INTERNET**



pôle numérique

**inaativ**

L'AGENCE CONNECTÉE À L'ENTREPRISE



**COVENWEB**

COMMUNICATION VIDEO S.JR INTERNET

## COMMUNICATION DIGITALE



## COMMUNICATION VISUELLE



## COMMUNICATION OFF-LINE



## FORMATIONS



[www.inaativ.com](http://www.inaativ.com)

## NOS BLOGS

FORMATEUR

CONSULTANT

TENDANCES

GRAPHIQUES

[www.formateurconsultant.com](http://www.formateurconsultant.com)

[www.tendancesgraphiques.fr](http://www.tendancesgraphiques.fr)



[www.covenweb.fr](http://www.covenweb.fr)

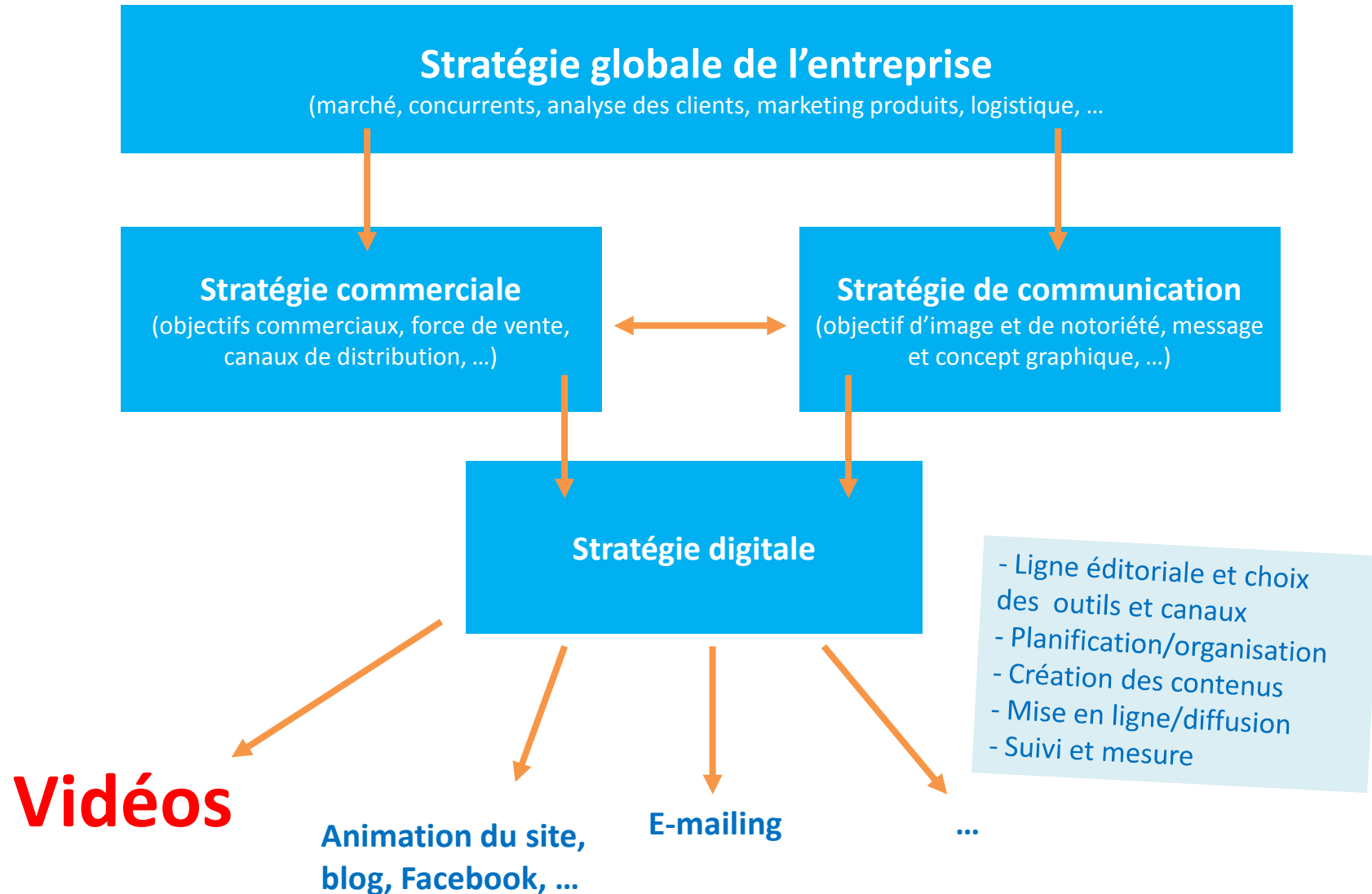
# BANDE ANNONCE

- ✓ INTRODUCTION
- ✓ LES DIFFÉRENTS TYPES DE VIDÉOS D'ENTREPRISE
- ✓ LES ÉTAPES CLÉS POUR DES VIDÉOS EFFICACES
- ✓ LES DISPOSITIFS DE DIFFUSION ET VIRALISATION
- ✓ POINT JURIDIQUE : LE DROIT À L'IMAGE...
- ✓ CONCLUSION & QUESTIONS / RÉPONSES



BONNE SÉANCE 😊

# RAPPEL : L'IMPORTANCE DE LA STRATEGIE





Sur **Internet**,

le **contenu**

est

**ROI !**

Sans **contenu**,

vosre site, vosre blog, ...

sont des coquilles

**vides!**



# C'EST VOTRE CONTENU QUI PERMET

---

- ❑ **De promouvoir** vos produits et/ou services
- ❑ **D'augmenter votre visibilité** (référencement naturel)
- ❑ **D'obtenir un trafic qualifié**
- ❑ **De convertir** vos prospects en clients
- ❑ **D'informer** vos clients
- ❑ **De fidéliser**
- ❑ **De nouer des relations durables** avec une communauté



Pourquoi

utiliser

la vidéo

sur

Internet



# QUELQUES STATISTIQUES

---

- ❑ En France, 1 internaute sur 4 partage des vidéos sur des blogs ou sur les réseaux sociaux
- ❑ 85 à 90% du temps passé sur Internet sera consacré à la vidéo à l'horizon 2015
- ❑ YouTube Mobile enregistre plus de 400 millions de consultations par jour
- ❑ Dans un e-mail, une vidéo augmente le taux de clics de 96%
- ❑ Un acheteur en ligne visionnant une vidéo passe 2 minutes de plus sur le site



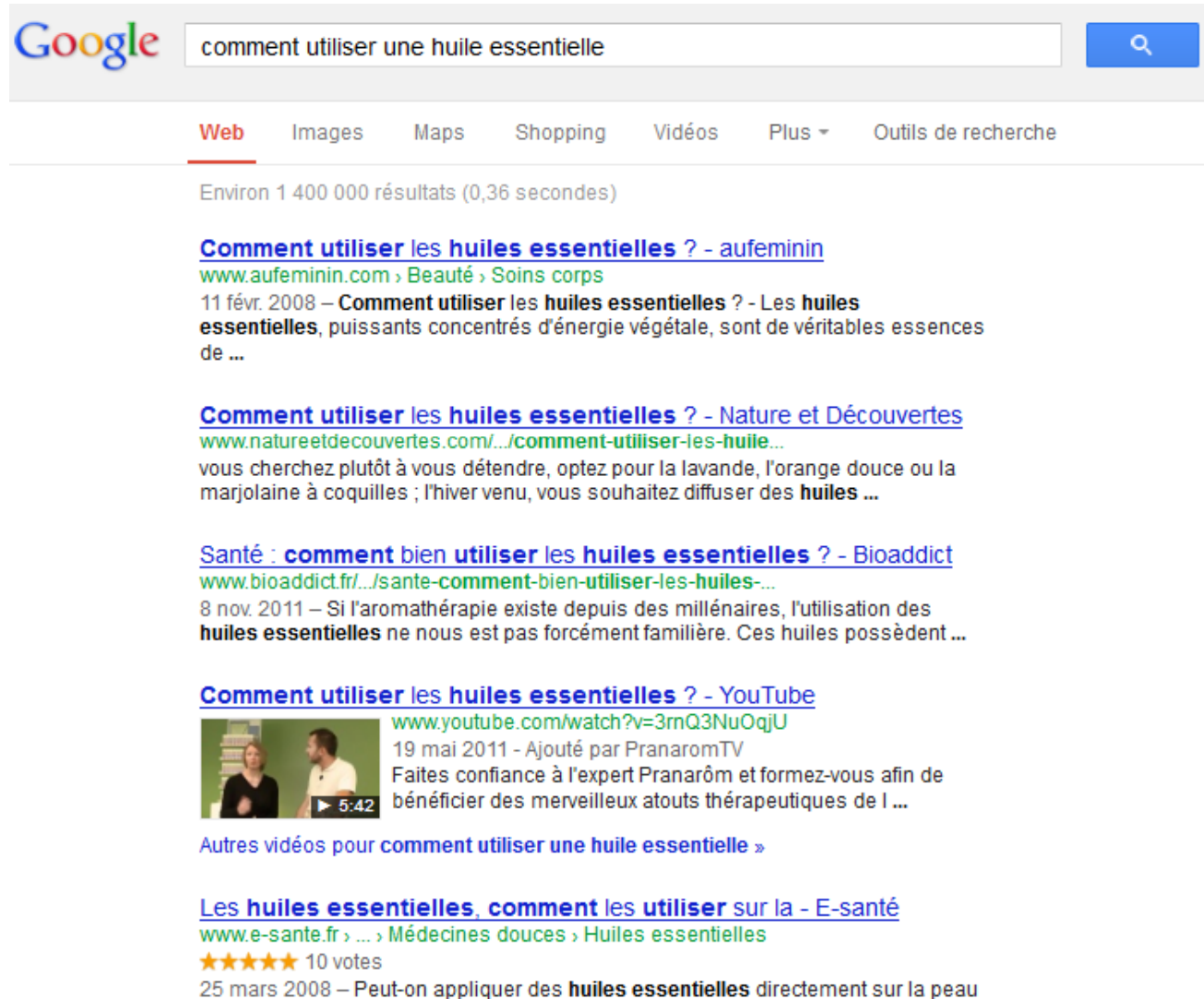
Broadcast Yourself



2ème moteur de recherche le plus utilisé



# Une vidéo a **53 fois** plus de chances d'apparaître **en tête** des résultats d'une recherche qu'une page classique



The image shows a Google search interface with the query 'comment utiliser une huile essentielle'. The search results are sorted by relevance, and the top result is a video. The search bar contains the text 'comment utiliser une huile essentielle' and a magnifying glass icon. Below the search bar, there are navigation tabs for 'Web', 'Images', 'Maps', 'Shopping', 'Vidéos', 'Plus', and 'Outils de recherche'. The 'Web' tab is selected. The search results show 'Environ 1 400 000 résultats (0,36 secondes)'. The first result is a video titled 'Comment utiliser les huiles essentielles ? - YouTube' with a thumbnail showing two people and a duration of 5:42. The second result is a text link titled 'Comment utiliser les huiles essentielles ? - Nature et Découvertes'. The third result is a text link titled 'Santé : comment bien utiliser les huiles essentielles ? - Bioaddict'. The fourth result is a text link titled 'Les huiles essentielles, comment les utiliser sur la - E-santé' with a 5-star rating and 10 votes.

Google comment utiliser une huile essentielle

Web Images Maps Shopping Vidéos Plus Outils de recherche

Environ 1 400 000 résultats (0,36 secondes)

**Comment utiliser les huiles essentielles ? - aufeminin**  
[www.aufeminin.com](http://www.aufeminin.com) › Beauté › Soins corps  
11 févr. 2008 – **Comment utiliser les huiles essentielles ? - Les huiles essentielles**, puissants concentrés d'énergie végétale, sont de véritables essences de ...

**Comment utiliser les huiles essentielles ? - Nature et Découvertes**  
[www.natureetdecouvertes.com/.../comment-utiliser-les-huile...](http://www.natureetdecouvertes.com/.../comment-utiliser-les-huile...)  
vous cherchez plutôt à vous détendre, optez pour la lavande, l'orange douce ou la marjolaine à coquilles ; l'hiver venu, vous souhaitez diffuser des **huiles** ...

**Santé : comment bien utiliser les huiles essentielles ? - Bioaddict**  
[www.bioaddict.fr/.../sante-comment-bien-utiliser-les-huiles-...](http://www.bioaddict.fr/.../sante-comment-bien-utiliser-les-huiles-...)  
8 nov. 2011 – Si l'aromathérapie existe depuis des millénaires, l'utilisation des **huiles essentielles** ne nous est pas forcément familière. Ces huiles possèdent ...

**Comment utiliser les huiles essentielles ? - YouTube**  
[www.youtube.com/watch?v=3rnQ3NuOqjU](http://www.youtube.com/watch?v=3rnQ3NuOqjU)  
19 mai 2011 - Ajouté par PranaromTV  
Faites confiance à l'expert Pranarôm et formez-vous afin de bénéficier des merveilleux atouts thérapeutiques de l ...

Autres vidéos pour [comment utiliser une huile essentielle](#) »

**Les huiles essentielles, comment les utiliser sur la - E-santé**  
[www.e-sante.fr](http://www.e-sante.fr) › ... › Médecines douces › Huiles essentielles  
★★★★★ 10 votes  
25 mars 2008 – Peut-on appliquer des **huiles essentielles** directement sur la peau



comment utiliser creme jour visage



Web

Images

Maps

Shopping

Vidéos

Plus ▾

Outils de recherche

Environ 11 300 000 résultats (0,37 secondes)

Annonce relative à [comment utiliser creme jour ...](#) ⓘ

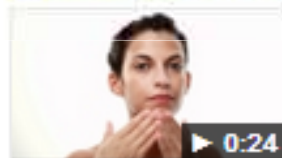
[Crèmes \*\*Visage\*\* NIVEA - NIVEA.fr](#)

[www.nivea.fr/Creme-Visage](http://www.nivea.fr/Creme-Visage)

Retrouvez l'éclat de votre **visage**, grâce aux **crème visage** NIVEA!

Téléchargez des bons de réduction - Découvrez l'avis des testeuses

[Comment appliquer une \*\*creme\*\* pour le \*\*visage\*\* - YouTube](#) 📺



[www.youtube.com/watch?v=lyfm7v7xvL4](http://www.youtube.com/watch?v=lyfm7v7xvL4)

15 févr. 2012 - Ajouté par ThebeautystTV

Notre conseillère The Beautyst vous apprend **comment** appliquer une **crème** hydratante en plusieurs étapes ...

[Autres vidéos pour comment utiliser creme jour visage »](#)

[La \*\*crème\*\* de \*\*jour\*\*, mode d'emploi | Le \*\*visage\*\*](#) 📺

[www.mamanandco.fr](http://www.mamanandco.fr) › [Mode & Beauté](#) › [Le visage](#)

Tout d'abord, un rappel de base s'impose : mettre une **crème** de **jour** est aussi ...

**Comment** appliquer la **crème** ? ... Ensuite, ne l'appliquez pas n'importe **comment**.

... il vaut mieux **utiliser** un sérum de la même marque que la **crème** de **jour** car ...

[Sa \*\*crème\*\* de \*\*jour\*\*, \*\*comment\*\* la choisir ? - choisir sa \*\*crème visage\*\* ...](#) 📺

[www.femmeactuelle.fr/...du-visage/choisir-sa-creme-visage-00459](http://www.femmeactuelle.fr/...du-visage/choisir-sa-creme-visage-00459)

Entre les **crèmes** de **jour**, celles de nuit, les sérums et autres masques, vous ne savez plus quelle **crème visage** choisir. Rassurez-vous, vous n'êtes pas la seule.

Un sérum, ça sert à quoi - Crème de nuit, une crème ... - Une crème visage + un ...

**Une multitude d'écrans**



**Une facilité de partage**

# COMBIEN D'ENTREPRISES QUI UTILISENT LA VIDÉO ?

---



Seulement **8 à 10 %** qui utilisent l'outil **vidéo** pour **communiquer** !

# POURQUOI UTILISER LA VIDÉO SUR INTERNET ?

---

- ❏ Pour se positionner sur un **canal performant**
- ❏ Pour augmenter sa **visibilité**
- ❏ Pour montrer ses services et produits d'une façon **dynamique** et **virale**
- ❏ Pour faire témoigner sa communauté ou ses clients
- ❏ Permet d'être identifié comme expert dans son domaine d'activité



# POURQUOI UTILISER LA VIDÉO SUR INTERNET ?

---

- ❑ Pour transmettre des **émotions**
- ❑ Pour **présenter** ses infrastructures (visite), son équipe ou ses produits (démonstration)
- ❑ Pour capitaliser autour d'un évènement
- ❑ Pour **aider, conseiller, accompagner, ...**

# L'INTERVIEW

---



## Avantage :

Point de vue direct de l'intéressé.

## Inconvénient :

Peut vite être ennuyant en fonction de la longueur et de l'élocution de l'interlocuteur.

## Le petit + :

Varier les plans (si plusieurs caméras) ou jouer avec l'incrustation d'éléments graphiques.

# LE REPORTAGE

---



## Avantage :

Permet d'être assez libre dans le traitement de son sujet et est efficace.

## Inconvénient :

Bien scénariser, sinon, on peut vite tomber dans le kitch !  
(mauvais montage, sur-joué...).

## Le petit + :

Tentez de répondre à des questions que se pose le client (Qui ? Quoi ? Où ? Comment ?  
Combien ? Pourquoi ?...)

# L'ÉMISSION PARTICIPATIVE (EN DIRECT OU NON)

---



## Avantage :

Une vraie plus-value qui s'inscrit dans "des évènements dit augmentés" pour des conférences, séminaires ou manifestations en tout genre.

## Inconvénient :

Nécessite une grosse préparation éditoriale en amont et un dispositif technique important.

## Le petit + :

Mettez en place un "replay" pour que les internautes qui auraient manqué l'émission puisse la revoir.

# LA CAPTATION LIVE

---



## Avantage :

Permet de garder une trace de l'évènement et peut servir de support de pub pour la recherche de financements et de futurs partenaires.

## Inconvénient :

Nécessite un dispositif technique assez lourd et coûteux.

## Le petit + :

Raccordez-vous à Internet et faites profiter les Internauts du live (streaming).

# LA COUVERTURE EVENEMENTIELLE



## Avantage :

C'est un très bon support post-événement à destination du public, des participants, des financeurs et des partenaires. Permet aussi de démarcher pour des éditions futures.

## Inconvénient :

On peut facilement avoir plusieurs heures de rushes et donc plusieurs heures de montage et de post-production.

## Le petit + :

Préparer en amont avec les organisateurs et éplucher les programmes afin d'être efficace le jour du tournage.

# LE CLIP

---



## Avantage :

Type de vidéo le plus regardé sur Internet.

## Inconvénient :

Pas forcément adapté au monde de l'entreprise.

## Le petit + :

Regardez ce que font les autres et recyclez les idées !

# LE LIPDUB

---



## Avantage :

Permet de voir la cohésion d'un groupe, c'est original et généralement décalé. Donne une image "jeune".

## Inconvénient :

Peu très vite être ridicule.

## Le petit + :

Ne faites pas de lipdub ! Ou alors, dans un but précis par rapport à votre stratégie de communication.



# LE TEASER (OU BANDE-ANNONCE)

---



## Avantage :

Peut se regarder vite et donne rapidement une opinion du sujet traité.

## Inconvénient :

Nécessite une bonne capacité de synthèse.

## Le petit + :

Réalisez un teaser avec des mots-clés en rapport avec votre activité et accompagnez votre vidéo avec un texte reprenant ces mots-clés.

# LE MODE D'EMPLOI

---



## Avantage :

Plus ludique que la lecture d'un simple schéma ou d'un manuel.

## Inconvénient :

Nécessite une parfaite maîtrise du produit ou service présenté et d'une bonne connaissance en tournage et montage vidéo.

## Le petit + :

Intégrer des sous-titres en plus d'une voix-off.

# LA VIDEO CONSEIL/FORMATION

---



## Avantage :

Permet de donner un conseil centré sur un produit et de rapidement être considéré comme expert.

## Inconvénient :

Nécessite d'avoir des connaissances en cadrage et en montage.

## Le petit + :

Réalisez pour votre entreprise un « How To ».

# LE CV OU LE PITCH VIDEO

---



## Avantage :

Permet rapidement de donner des informations clés. Pas besoin de faire du montage en particulier.

## Inconvénient :

Exercice difficile, ce type de vidéo nécessite une bonne élocution et une bonne préparation.

## Le petit + :

Mettez un lien vers votre pitch dans votre signature mail.

# LE MATERIEL VIDEO : CAMERA

---



# LE MATERIEL VIDEO : MICRO

---



# LE MATERIEL VIDEO : LUMIERE

---



# LE MATERIEL VIDEO : FOND VERT

---





# LE MATERIEL VIDEO : LOGICIEL

---







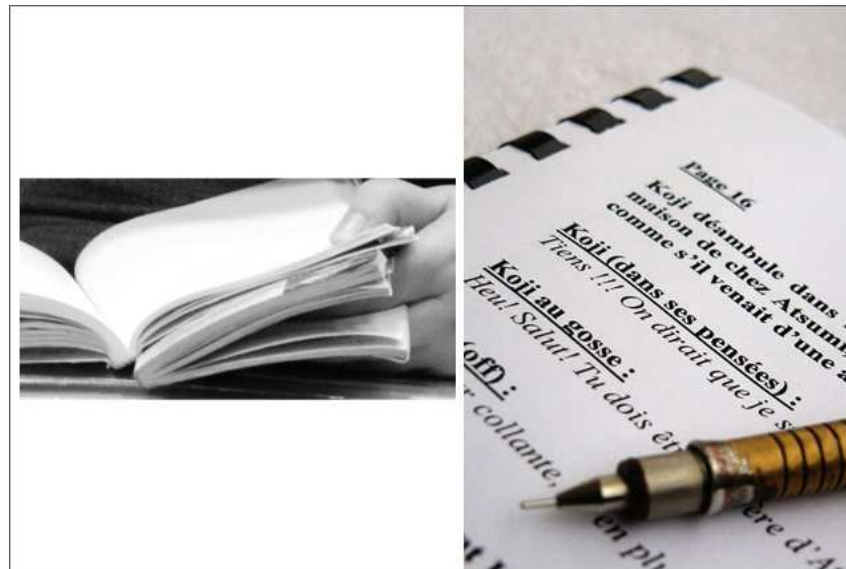
**LA PRE ET LA POST- PRODUCTION ?**

# LE SCENARIO

---

C'est la rédaction de l'histoire que l'on va raconter.

- ❑ L'erreur courante : **ne pas avoir de scénario**
- ❑ Conseils : se relire, ré-écrire et ajuster, éviter les clichés, ...



# N'OUBLIEZ PAS LA STRATEGIE !

---

- ❑ **Analyser ses cibles** : quels sont leurs problèmes, passions, valeurs, ...
- ❑ **Définir ses objectifs** : émouvoir, convaincre, rassurer, informer, sensibiliser, former, dépanner, expliquer, faire rire, ...
- ❑ **Définir ses critères de réussite** : nombre d'articles publiés à propos de votre vidéo ou entreprise suite à la diffusion, le nombre de commentaires, partages, « j'aime », nombre de personne qui clique ensuite sur un lien vers votre site, ...

# ATTENTION AU BAD BUZZ

---



# LE TOURNAGE

---

C'est le moment où l'on capte les images pour le film à réaliser.

## Les erreurs courantes :

❖ La *tremblote* (importance du trépied)

❖ Le cadrage

❖ Le manque de lumière

❖ La prise de son

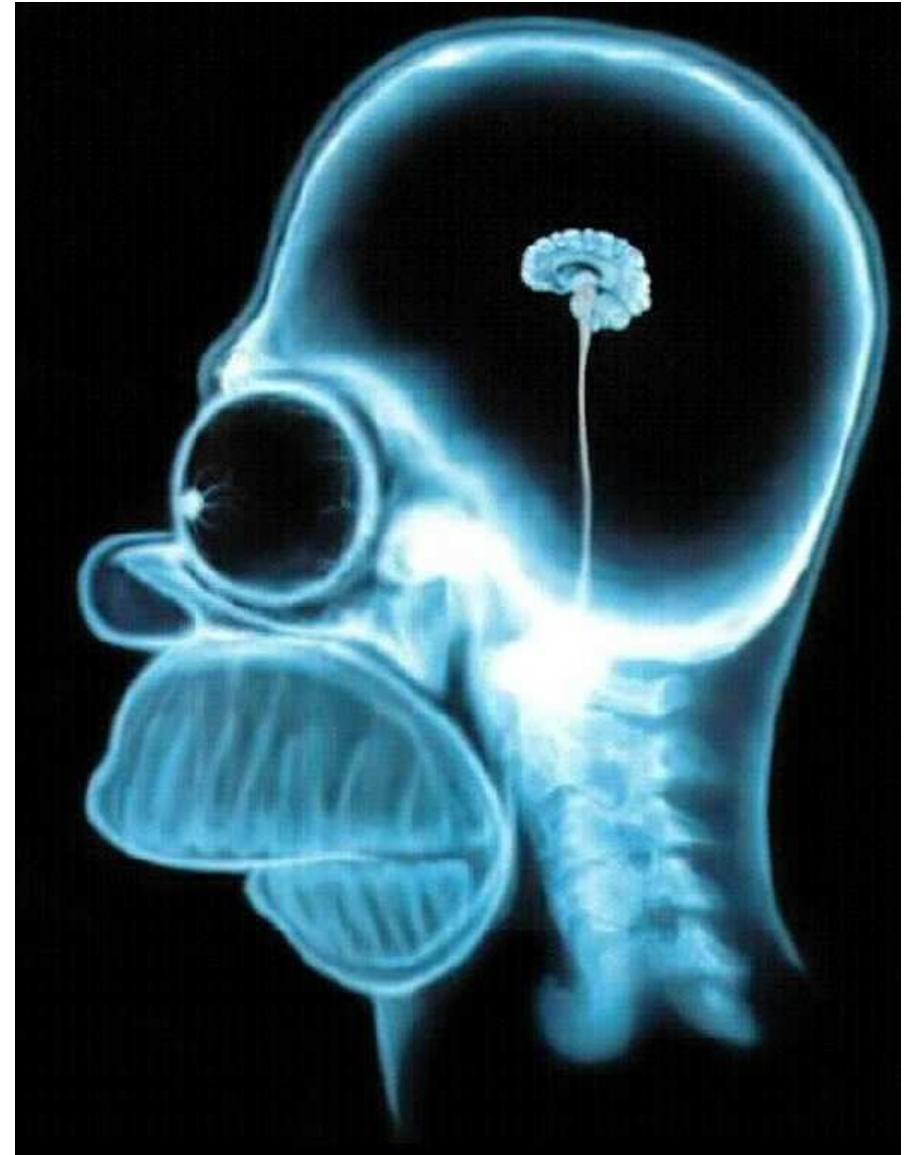




# CAPTER ET GARDER L'ATTENTION

---

- ✓ En moyenne, une personne normalement constituée peut **difficilement écouter de façon attentive plus de 2 minutes.**
  
- ✓ **Le cerveau s'ennuie toutes les 7 secondes** et à besoin d'être capté par un évènement nouveau.



# LE MONTAGE

---

C'est la sélection de séquences parmi les rushes tournés que l'on va monter bout à bout afin de réaliser notre film. On pourra y intégrer aussi des effets visuels.

## Les erreurs courantes :

- ❑ Couper tout de suite après la fin d'un discours
- ❑ Ne pas mettre d'habillage graphique
- ❑ Tout miser sur les effets visuels



# CAS CLIENT : Chezmeregrand.com

---



Avant



Après

# LA MUSIQUE

---



- ✓ Un film sans son, c'est comme un livre sans texte.
- ✓ La musique permet de créer une **ambiance** et à faire passer des **émotions**.

# LA MUSIQUE

---

Faire composer une musique originale par une agence spécialisée, un compositeur ou un groupe de musique.


✔ **Avantage** : vous êtes le seul à posséder cette musique

✔ **Inconvénient** : le coût

# LA MUSIQUE

---

L'achat de titre dans des banques musicale.

 **Avantage** : économique

 **Inconvénient** : d'autres personnes (concurrents, activités différentes...) peuvent avoir la même musique

# LA MUSIQUE

---

Si l'on est musicien, on peut composer sa propre musique.

❑ **Avantage** : économique financièrement

❑ **Inconvénient** : cela prend du temps



Comment faire

le **buzz**?



les individus

Pourquoi

**partagent**



?

du contenu

sur Internet



Ben oui, pourquoi ?

**Les règles d'un ...**

**... lancement réussi**



# Choisir la bonne plateforme

---



*vimeo*



**Justin.tv**

# Soigner sa page : logo, à propos, chaînes, ...

The image shows a screenshot of a YouTube channel page for France Inter. The channel name is "France Inter" with a red logo and a "S'abonner" button. The subscriber count is 1,067 and the view count is 1,207,252. The page features a video player with a red "DE" logo, a search bar, and a list of videos. The channel information section includes social media links for France Inter on various platforms and details about the channel's creation date (19 sept. 2011) and location (France). A "Sélection de playlists" section is also visible, listing "elections 2012", "Sophia Aram", and "Daniel Morin".

**France Inter** S'abonner 1 067 abonnés 1 207 252 vues

Sélection Parcourir les vidéos Rechercher sur la chaîne

**À propos de : France Inter**  
Les invités du 7.9, mais aussi les billets humoristiques de Sophia Aram, Ben, Stéphane Blakowski, François Morel...

- franceinter.fr
- @f-inter
- France Inter
- France Inter
- franceinter

de videofranceinter -  
Date d'inscription: 19 sept. 2011  
Pays: France

Sélection de playlists

- elections 2012 de France Inter (200 vidéos)
- Sophia Aram de France Inter (70 vidéos)
- Daniel Morin de France Inter (136 vidéos)

**Stephane Blakowski**  
de videofranceinter il y a 5 heures 9 vues

Les vidéos mises en ligne 1 - 10 sur 1117 Tout regarder

**Stephane Blakowski**  
videofranceinter 9 vues il y a 5 heures  
Le billet de - 8h55 - Stéphane Blakowski Le billet d'humour de Stéphane Blakowski dans le 7.9, l'invité était Bruno Le Maire (8h55 - 25 janvier 2013) Retrouvez tous les ...



# LES CLES DE LA VISIBILITÉ D'UNE VIDEO

LE TITRE

LA DESCRIPTION

LES TAGS

LES VUES

LES PARTAGES

LES COMMENTAIRES

LE NOMBRE DE « J'AIME »

L'EXCLUSIVITÉ

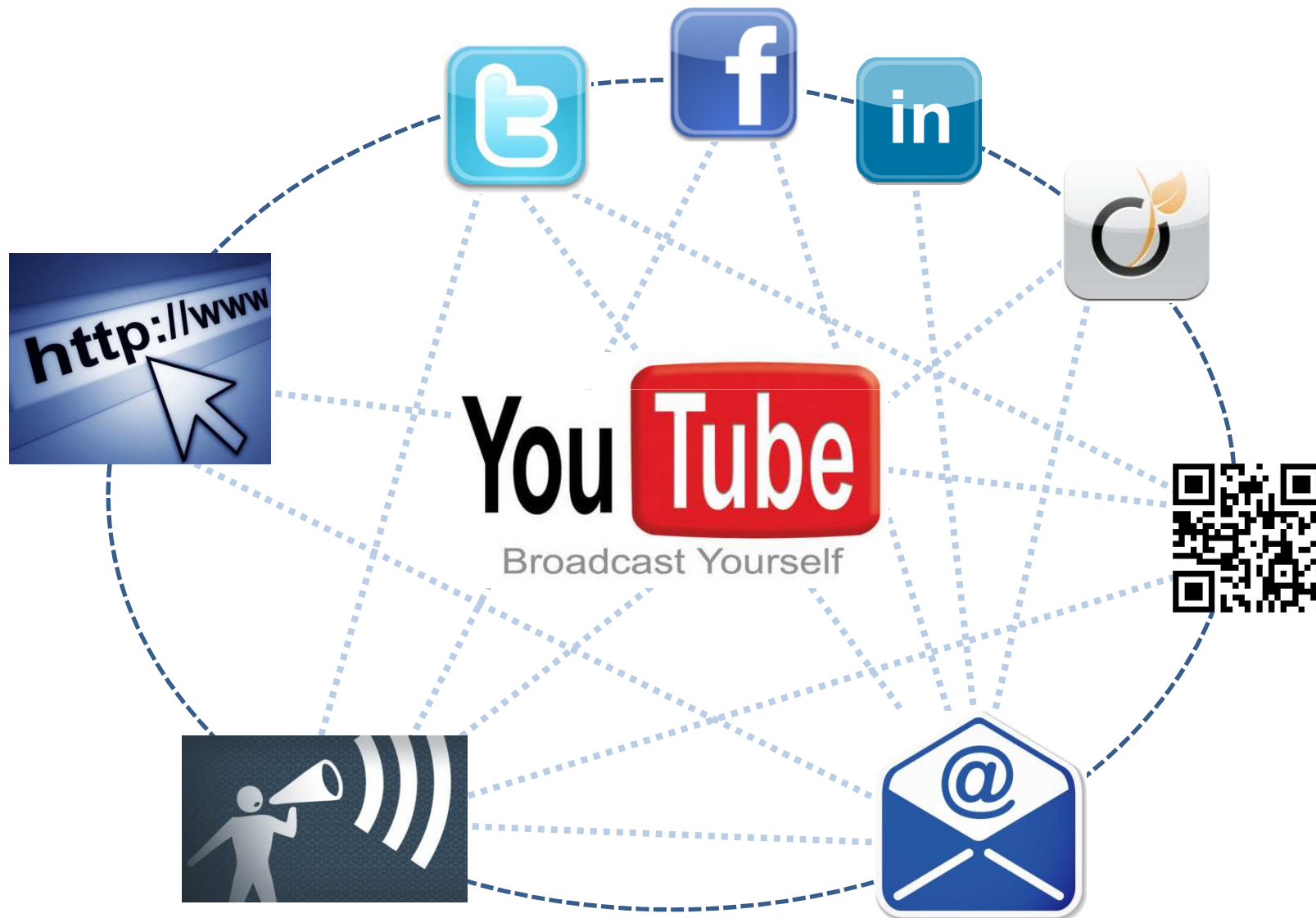
SOUS-TITRES

LA DURÉE



# Exemple de dispositif de lancement

---



# Sur votre site et/ou votre blog

---



- ❑ Mettre en avant la vidéo
- ❑ Dans votre actualité, dans un article, sur une fiche produit, ...
- ❑ Sur la page d'accueil

## Sur les réseaux sociaux

---



- ❑ Partager la vidéo sur vos comptes officiels
- ❑ Installer une application vidéo sur votre page Facebook
- ❑ Partager la vidéo vers des groupes ou pages adéquates
- ❑ Partager la vidéo vers vos contacts pro



# Le canal mail

---



- ✓ Message personnalisé (voir RP)
- ✓ E-mailing vers votre base mail
- ✓ Newsletter
- ✓ Vidéo ou lien de la vidéo dans votre signature mail

# Les RP : journalistes, bloggeurs, ...

---



- ❑ Communiqués de presse
- ❑ Messages personnalisés par mail
- ❑ Messages pertinents sur des forums (Attention **pas de spams** !)
- ❑ Commentaires sur des articles de blog en lien avec la vidéo (Attention **pas de spams** !)

# Le reflexe cross-canal

---



- ❑ Sur une notice, une fiche produit, le packaging (bouteille)
- ❑ Un *stop-rayon* en magasin
- ❑ Sur un salon (kakémono, affiche, stand, ...)
- ❑ Un encart publicitaire dans un magazine

Quelques notions

de **droit**



# Droit à l'image des individus

---

- ❑ On appelle droit à l'image **le droit de toute personne physique à disposer de son image**, quelle que soit la nature du support de publication ou de diffusion de l'image.
- ❑ Si le sujet d'une photographie ou d'une vidéo est une personne, celle-ci possède **le droit de s'opposer à l'utilisation de son image**.

# Droit à l'image des individus

---

- ❑ Avant toute diffusion d'une image représentant une personne, le diffuseur doit obtenir **l'autorisation de la personne concernée**.
- ❑ La personne doit signifier son accord par **écrit**.
- ❑ En ce qui concerne les **images de mineurs**, l'autorisation des deux parents est exigée.

## DEUX CAS

---

- ❑ Si la personne est filmée de **manière reconnaissable** dans un lieu public ou privé, son **autorisation est nécessaire** avant toute diffusion publique quel que soit le support.
  
- ❑ Si le cliché ne **permet pas de reconnaître** la personne (notamment si elle est fondue dans la foule), son **autorisation n'est pas nécessaire**.

# Droit à l'image des biens

---

Depuis 2001, le droit de **réaliser, publier, exploiter l'image des biens d'autrui, et ce sans l'autorisation du propriétaire est admis**, pourvu que la reproduction et l'exploitation commerciale ne causent pas un préjudice particulier à ce dernier.



# Propriété intellectuelle

---

Pour les films d'entreprises, les **droits d'auteur concernent le commanditaire** de l'œuvre.

# LES ETAPES CLES

---

- ❑ **Etude et veille** : vos concurrents, le marché, les vidéos existantes et les attentes, comportements, besoins, valeurs de votre cible
- ❑ **Stratégie éditoriale** : objectifs, positionnement, canaux, ...
- ❑ **Contenu** pertinent et cohérent avec la stratégie éditoriale
- ❑ **Qualité** de la réalisation : montage, image, son, ...
- ❑ **Précautions juridiques** : autorisation, contrat, ...
- ❑ **Dispositif de diffusion** : lancement, propagation, suivi, emailing, RP digitales, réseaux sociaux, plateformes, ...

# Des ressources en ligne pour aller plus loin

**GO!** FORMATEUR CONSULTANT  
COMPRENDRE LE WEBMARKETING  
ET LA COMMUNICATION DIGITALE  
[www.formateurconsultant.com](http://www.formateurconsultant.com)

 NOTRE SÉLECTION  
D'E-BOOKS GRATUITS  
réseaux sociaux - marketing - e-commerce  
webmarketing - veille et e-réputation  
référencement naturel - culture web...

<http://www.inativ.com/E-books/>



<http://www.scoop.it/t/strategie-editoriale-sur-internet-et-marketing-de-contenu/>



**inaativ**

L'AGENCE CONNECTÉE À L'ENTREPRISE



**COVENWEB**

COMMUNICATION VIDEO SUR INTERNET

**Vincent Pereira**

[vincent@inaativ.com](mailto:vincent@inaativ.com)

[www.inaativ.com](http://www.inaativ.com)

06 47 08 09 69

**Yves MAGUIN**

[contact@covenweb.fr](mailto:contact@covenweb.fr)

[www.covenweb.fr](http://www.covenweb.fr)

Mob. +33 (0) 607 788 213

Fixe +33 (0) 535 542 896

