

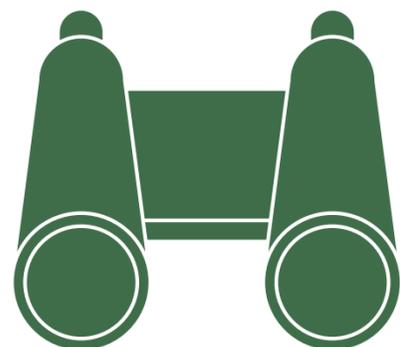
CAFÉ OUTIL HORS SÉRIE



LA VIDÉO DANS MA COMMUNICATION



LE MOULIN DIGITAL - Jean-Philippe FALAVEL - Janv 2019



DECOUVRIR

WWW.LEMOULINDIGITAL.FR



FAIRE

WWW.FTALPS.COM/VALENCEROMANS



INNOVER

VOS INTERVENANTS

DU JOUR



JEAN-PHILIPPE FALAVEL

Le Moulin Digital



ALBAN JOLY

K53 Production



KARIM BOURAS

Agence Nile

LA VIDÉO... SUR LE WEB

DE QUOI PARLE T ON ?

La vidéo diffusée sur le web:

- Site Internet
- Réseaux sociaux
- Blogs
- Plateformes dédiées
- Webmarketing



54%

des français pensent qu'une vidéo en ligne vaut mieux qu'un long article

93%

des français portent leur attention sur l'intérêt du contenu d'une vidéo en ligne



COMME LES VISITEURS AIMENT BIEN

LA PRÉSENCE D'UNE VIDÉO SUR UN SITE
AUGMENTE LES CHANCES D'ÊTRE EN 1ÈRE
PAGE DE GOOGLE DE 53 FOIS !

GOOGLE AIME BIEN





SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

AUGMENTER LA PORTÉE ORGANIQUE

Sur l'ensemble des réseaux sociaux, la vidéo permet d'avoir plus de portée qu'une image

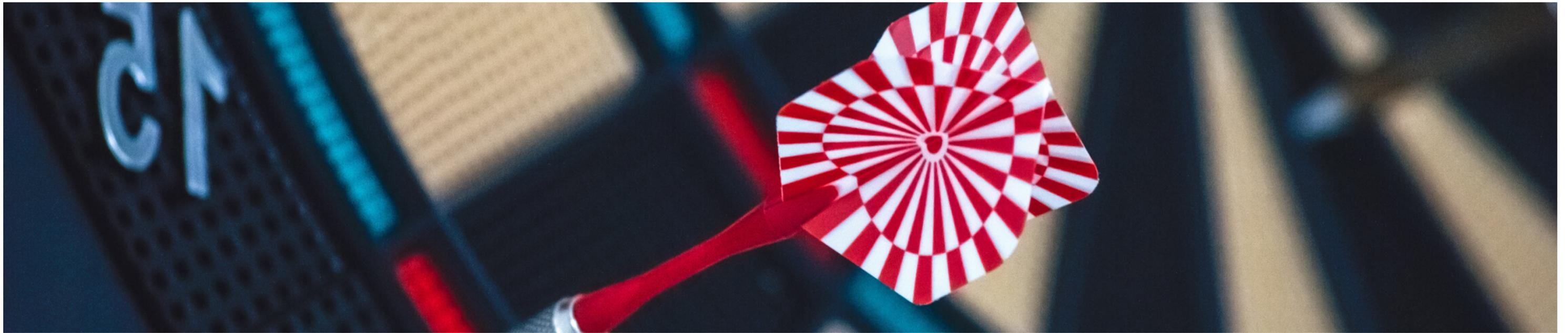
=> 135% de plus sur Facebook

=> 6 x plus de retweets sur Twitter

Les publicités au format vidéo sont plus convaincantes

=> une pub avec de la vidéo augmente l'engagement de 22%

Le taux de clic d'une campagne d'emailing peut être multiplié par 2 ou par 3 avec une vidéo



OBJECTIFS

Pourquoi utiliser la vidéo?

HUMANISER

#crédibilité #sensibilité #vrai

EXPLIQUER

#démonstration #pédagogie #explication

RACONTER

#ludifier #divertir #dynamiser

CONVERTIR

#objectif #différencier #valoriser

INTERNE

aux collaborateurs : expliquer un processus nouveau, des consignes de sécurité, lors d'un événementiel (séminaires, conventions) pour exposer la stratégie, un bilan d'activité

...

EXTERNE

augmenter la notoriété de la marque, se faire connaître, faire du buzz, communiquer sur un produit, une innovation, réaliser une publicité, créer une vidéo de recrutement,

...



LA VIDEO POUR

DE LA COMMUNICATION EXTERNE

Vidéo institutionnelle d'une organisation
(entreprise, association, collectivité...)

Film produit ou processus (innovation)

Tuto vidéo, démo de produits, savoir-faire

Billet de Blog vidéo

Pub (web, cinémas locaux,...)

Recrutement

Evénementiel

Faire du Buzz

Live

...



SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

QUELQUES PARTICULARITES

L'envie de dire plutôt que de faire de belles images

L'important est dans le message

L'audience pardonne une image moyenne... mais ne pardonne pas l'ennui

Ne pas rechercher la perfection

Ne pas rechercher le volume d'audience

Répéter pour s'améliorer



L'IMPORTANT DU SON

A NE PAS SOUS ESTIMER

Se doter de matériel adéquat (interview, ambiance, intérieur, extérieur...)

Les sous titrages pour éviter d'activer le son au visiteur (qui est dans le bus sur son smartphone...!)

BRIEF

et avant projet

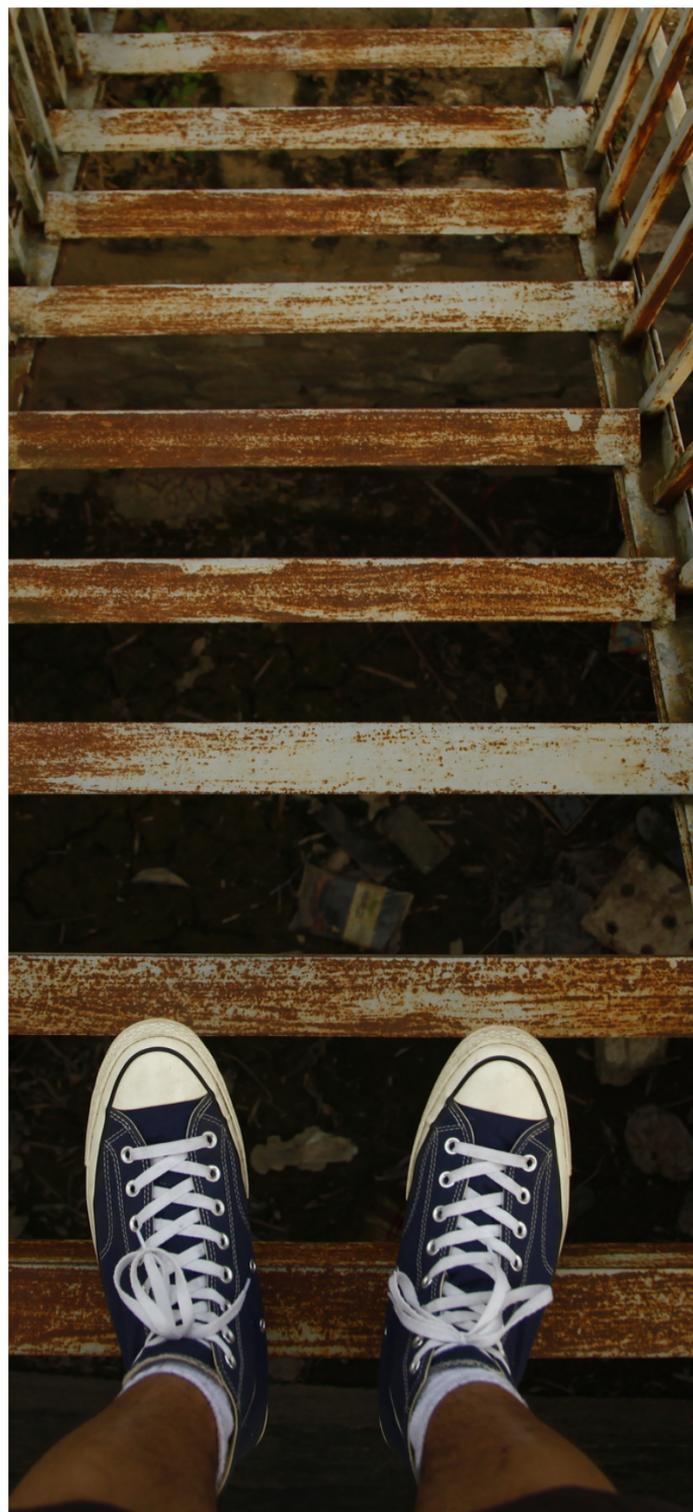
LES QUESTIONS A SE POSER

- Quelle cible ? A qui sera destinée la vidéo ?
- Quel(s) message(s) à faire passer ?
- Quels canaux de diffusion pour la vidéo ? Quelle fréquence ?
- Quels délais ? Y a t il une dead-line précise ?
- Quelle enveloppe budgétaire ? Une fourchette ?
- Possibilités d'implication des collaborateurs ?

FOND ET FORME

- DIY ou prestataire professionnel ?
- Bien choisir son prestataire ?
- En fonction des réponses au brief > force de proposition





LES ÉTAPES

DE PRODUCTION

PRÉPARATION :

- Réunion de briefing
- Réunion de lancement
- Recruter l'équipe, louer le matériel, organiser le planning, la logistique, validations étapes avec le client : écriture synopsis, commentaire (voix-off), ...

TOURNAGE:

- Prise de vues réelles : itw, illustration, images aériennes,...

POST-PRODUCTION:

- Image : dérushage, montage image, habillage visuel, recherche musiques, motion design, VFX (3D,...), étalonnage numérique, encodages, synchros mixages, intégration plans étalonnés, truqués, sorties masters et livraison
- Son : enregistrement comédien(s), habillage sonore (sound-design), mixage



A TOI KARIM !

TON ACTIVITE

Inbound what?

TOI ET LA VIDEO

Vous avez dit vlog?

TES CLIENTS ET LA VIDEO

Tu connais Alban JOLY?

