

REC



16:9

4K

ND1

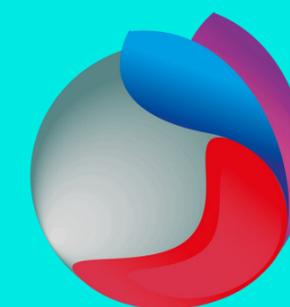
30FPS

ISO100

VIDÉO MARKETING



Intégrer Youtube
à sa stratégie de
communication
d'entreprise





sommaire

3 • la vidéo
marketing

7 • élaborer
sa stratégie

13 • pratique :
faire de la vidéo
marketing



La vidéo marketing
qu'est-ce s'est?



qu'est-ce que la vidéo marketing

• le saviez-vous ?!

Saviez-vous qu'après Google, Youtube est le 2^e moteur de recherche le plus utilisé au monde ?

La vidéo marketing... Qu'est-ce que c'est ?



On appelle Vidéo Marketing, le fait d'utiliser du contenu Vidéo à des fins marketing, TOUT SIMPLEMENT !
Si cette technique a toujours existé à travers les vidéos institutionnelles, elle a su se diversifier et se démocratiser avec internet, pour promouvoir des marques & produits, et pousser à l'achat.

Pourquoi utiliser la vidéo marketing ?



Fait-on des vidéos juste parce que c'est tendance? NON ! Le marketing par la vidéo est un moyen intelligent d'utiliser l'engouement autour de ce type de contenu, pour faire connaître son entreprise et promouvoir ses offres.
Surprendre & Émouvoir pour convaincre !

Quand faire de la vidéo marketing ?



La bonne question serait plutôt : « Qu'attendez-vous pour faire des vidéos ? »
Quand on sait que 80% du trafic global d'internet est issu des vidéos, on se dit bien que le meilleur moment pour se mettre à la vidéo marketing, c'est tout simplement MAINTENANT !
Il est temps de se lancer !

Ça doit coûter cher de faire des vidéos...



Oui, la vidéo, ça coûte TRÈS, TRÈS, TRÈS cher 🛑.
En réalité, ce n'est pas toujours le cas ! Des vidéos dans un studio avec des pros, a un coût certes. Mais sachez qu'un Smartphone avec une bonne caméra, un stabilisateur et un bon éclairage, peuvent suffire pour de belles prises de vue.

pourquoi choisir la vidéo comme levier marketing

22 milliards

- entre Snapchat, Facebook et Youtube, pas moins de 22 milliards de vidéos sont vues chaque jour.

200% à 300%

- la vidéo permet d'augmenter de 200% à 300%, son taux de clics.

pousser à l'achat

- une vidéo augmente l'intention d'achat de 97% et le taux de pénétration de la marque de 139%.

toujours pas convaincu ?

rétention d'informations

- quand seulement 10% d'un message est retenu avec l'image, la vidéo permet de retenir jusqu'à 65% de l'information communiquée.

- les vidéos permettent d'avoir un aperçu réel de vos produits, de leur fonctionnement et utilisation,
 - communiquer sur votre entreprise,
 - sensibiliser votre public,
 - montrer les processus de production,
- augmenter la qualité du référencement de votre site web.



les différents types de vidéo marketing

brand content

- tutoriel
- présentation produits
- storytelling
- avis-client

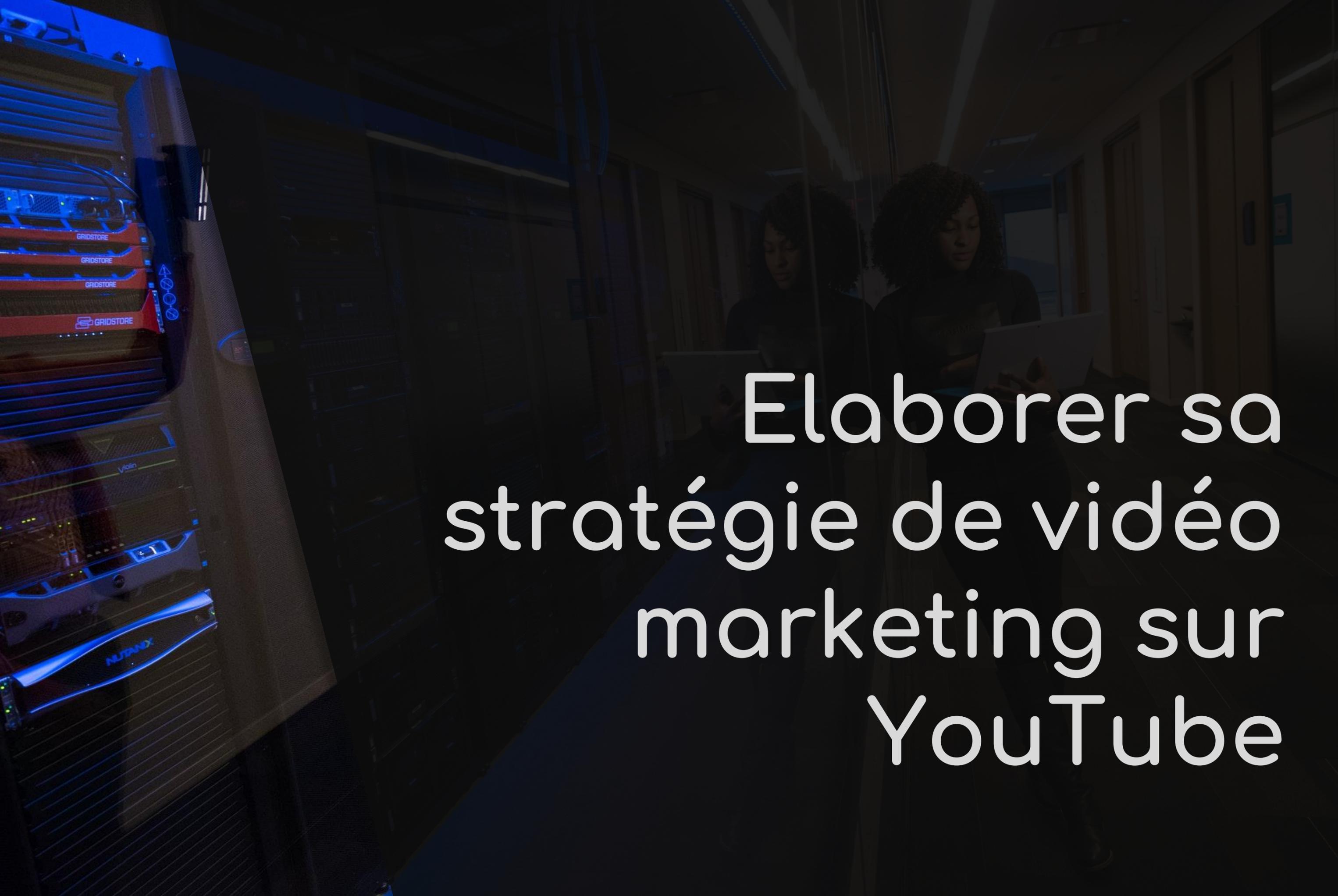
live

- webinaire
- visites guidées
- évènements en direct

vidéos institutionnelles

- vidéo de présentation
- reportage
- vidéo explicative





Elaborer sa stratégie de vidéo marketing sur YouTube

étudier sa cible

à qui vous vous adressez ?

Souvent, la réponse à la question « quelle est votre cible ? » est : tout le monde. MAUVAISE RÉPONSE ! Vos produits / services sont certainement destinés à certains plus qu'à d'autres. Par exemple, pensez-vous qu'un fabricant d'appareils auditifs ait intérêt à s'adresser à des adolescents de 14 à 16 ans ? Il est essentiel de définir votre cible, car cela vous permet de savoir comment vous adresser à elle, et donc comment la convaincre d'acheter vos produits / services.

1. identification

Âge – lieu de résidence – profession – salaire – situation familiale...

2. groupe d'appartenance

Passe-temps – qu'est-ce qui les intéresse comme actualité – où font t'ils leurs achats – appareils les plus utilisés – lieux préférés – les types de personnes fréquentées, chaînes suivies sur Youtube – types de vidéos visionnées – temps passé en moyenne sur la plateforme...

3. traits de caractère

Facile à convaincre – hésitant – analyste – créatif – introverti – extraverti – valeurs défendues – priorités...



définir ses objectifs

euh... des objectifs...

Comme dans toutes actions marketing,
avoir une idée précise de ses objectifs est
la base du succès.

pourquoi au juste ?

Quand on parle d'objectifs, il est essentiel
qu'ils soient atteignables et mesurables. Ainsi
vous saurez ce que vous voulez faire, et
comment le faire. Surtout, vous saurez si vos
efforts ont porté leurs fruits, en comparant
« Investissements » & « Gains ».

quelques objectifs !

- augmenter votre notoriété,
- communiquer sur un nouveau produit,
- montrer comment utiliser vos produits,
 - mettre en valeur votre expertise,
 - prospecter,
- interagir avec votre communauté sur internet.



bien choisir ses concepts créatifs

1

1 seul objectif

OUI vous avez certainement beaucoup de choses à dire, mais avoir un seul objectif par vidéo est essentiel, pour éviter qu'elle soit trop longue ou encore dispersée.

pas de séquence pub

NON, même si votre but est de promouvoir votre marque / produit, votre vidéo Youtube n'est pas une séquence PUB. Elle doit plutôt être une solution à un problème rencontré par votre cible.

2

raconter une histoire

OUI, c'est bien une histoire que vous avez à raconter, avec un début qui aborde votre thème principal, un acte du milieu qui parle du cœur du problème à résoudre, et une fin avec une solution.

parler des avantages

OUI, c'est en sachant ce que vous offrez de mieux que les autres, que votre cible deviendra un client, et même un client fidèle. Alors n'hésitez surtout pas à parler des avantages que vous offrez.

4

parler pour votre cible

NON, vous ne parlez pas spécialement à des experts. Mettez-vous donc à la place de votre cible, parlez-leur en utilisant leur langage, et en vous concentrant sur leurs réels attentes.

ne pas en faire trop

OUI, pour se démarquer, il faut être original, et parfois extraordinaire ; mais attention à ne pas en faire trop. Soyez concis, allez droit au but mais surtout, soyez vous-même.

6

5

définir son rétro-planning

retro-planning...

Un rétro-planning permet de planifier ses tâches sur un calendrier.

Particulièrement dans l'animation d'une chaîne Youtube, il est essentiel d'avoir un rétro-planning précis, pour coordonner l'écriture des scripts, les prises de vue, le montage, et la publication. C'est aussi un excellent moyen de rester régulier dans ses publications ; parce qu'il est très facile de laisser à l'abandon sa chaîne, surtout quand on a d'autres tâches plus urgentes à exécuter au quotidien.

comment ça marche ?

- lister chronologiquement les vidéos à produire,
- lister les ressources nécessaires à leur réalisation,
- lister les ressources disponibles et celles à trouver,
- déterminer la date de publication de chaque vidéo,
- déterminer les jours de tournage et de montage,
 - organiser les tâches par ordre de priorité,
 - assigner chaque tâche à une personne,
 - fixer sur un calendrier les tâches à exécuter.



suivre ses KPI

- des kpi... C'est quoi au juste ?

Les KPI (pour indicateur clé de performance), sont des métriques qui vous permettent de mesurer l'impact de vos actions marketing, dans le but de repérer les pistes d'amélioration.

- mesurer ses kpi

Deux outils gratuits vous permettent de mesurer les performances de vos vidéos : YouTube Analytics, & Google Analytics.

En plus des outils analytiques, pour connaître vos performances, il suffit de jeter un coup d'œil sur votre chiffre d'affaires !

- optimisation

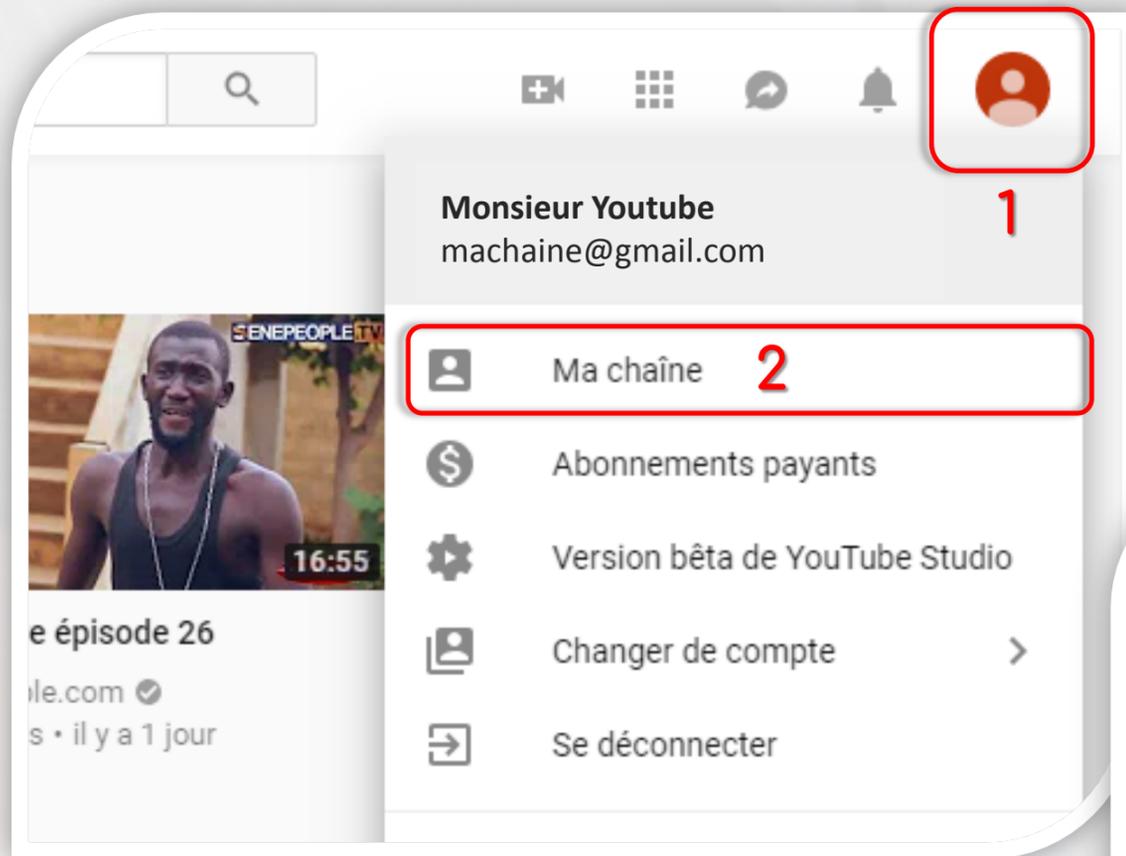
Le principal but du suivi des KPI est bien-sûr, l'optimisation. Dès la mise en ligne de vos vidéos sur Youtube, gardez constamment l'œil sur les statistiques et les retours de vos abonnés, via les commentaires. Cela vous permettra de faire des ajustements en temps réel, sur le script des vidéos qui suivront, le ton, la durée, le moment de publication, etc...



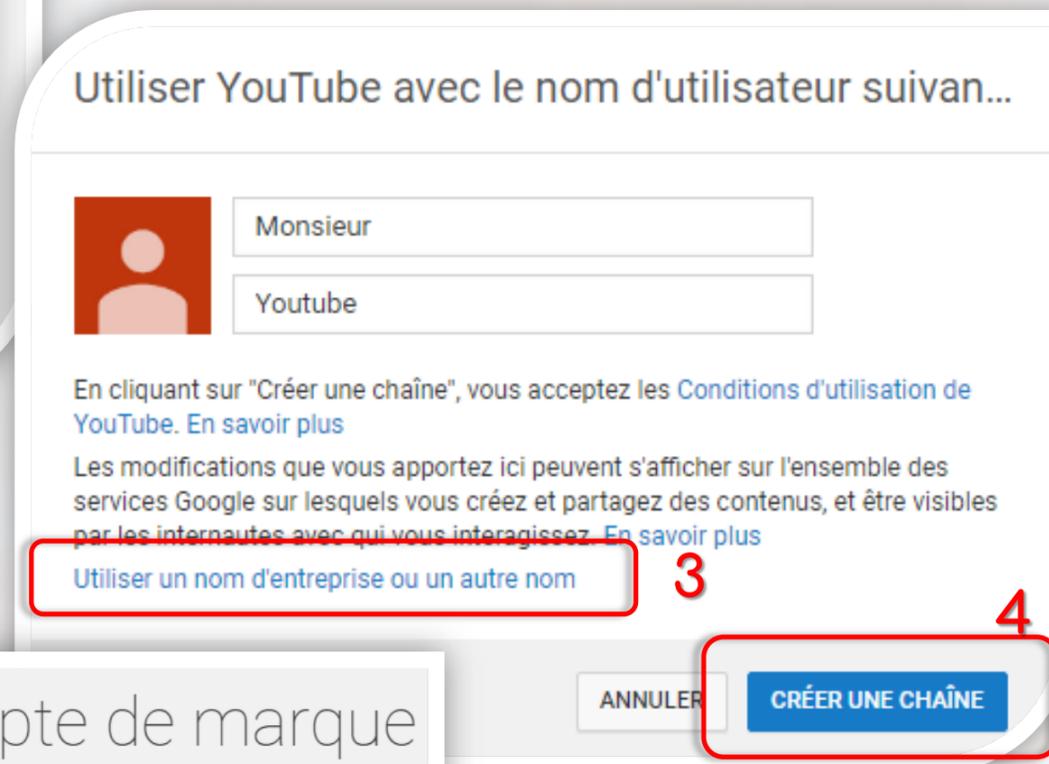
A young man and woman are smiling and looking towards the camera. They are positioned in the center-right of the frame. The background is a dark, semi-transparent overlay of a photograph showing a palm tree and a blurred outdoor scene with people. The text is overlaid on the dark area.

Pratique : faire de
la vidéo marketing
sur YouTube

créer une chaîne YouTube



• 1
Prérequis : pour avoir une chaîne Youtube, il faut d'abord avoir un compte Gmail. Une fois sur youtube.com, cliquez sur le bonhomme d'en haut à gauche, puis sur « Ma chaîne ».



• 2
Il existe deux manières d'utiliser Youtube, en tant que personne, et en tant qu'entreprise. Pour utiliser la plateforme en tant qu'entreprise, il suffit de cliquer sur : « Utiliser un nom d'entreprise ou un autre nom ».

Pour créer une chaîne, créez un compte de marque

Ce compte de marque peut porter un nom différent de celui de votre compte personnel, par exemple un nom d'entreprise ou un autre nom de votre choix.

Nom du compte de marque

Nom de ma chaîne

5

En cliquant sur "Créer", vous acceptez les [Conditions d'utilisation de YouTube](#). En savoir plus sur les [chaînes](#) ou les [comptes de marque](#).

• 3
Choisissez bien le nom de votre chaîne Youtube. Il peut être le nom de votre entreprise, ou dans des cas plus rares, le nom d'un concept / produit que votre entreprise développe.

optimiser sa chaîne youtube

- vérifier sa chaîne youtube

Pour ne pas se confronter aux limites fixées par défaut aux chaînes Youtube, il va falloir vérifier la vôtre. C'est super simple ! Il vous suffit de vous rendre à l'adresse suivante : youtube.com/verify, de renseigner votre numéro de téléphone, de récupérer le code envoyé automatiquement et de le valider en ligne. Et voilà !

- personnaliser sa chaîne

Une fois votre chaîne créée et vérifiée, vous pouvez la personnaliser en cliquant tout simplement sur le bouton : « PERSONNALISER LA CHAINE » en haut à droite de votre chaîne.

- illustrer sa chaîne

Comme sur les autres réseaux sociaux, vos illustrations permettent à vos visiteurs de savoir à qui ils ont à faire. Mettez donc une photo de profil (logo de l'entreprise, le plus souvent) de : 800x800px, et une bannière de : 2560x1440px.

- à propos

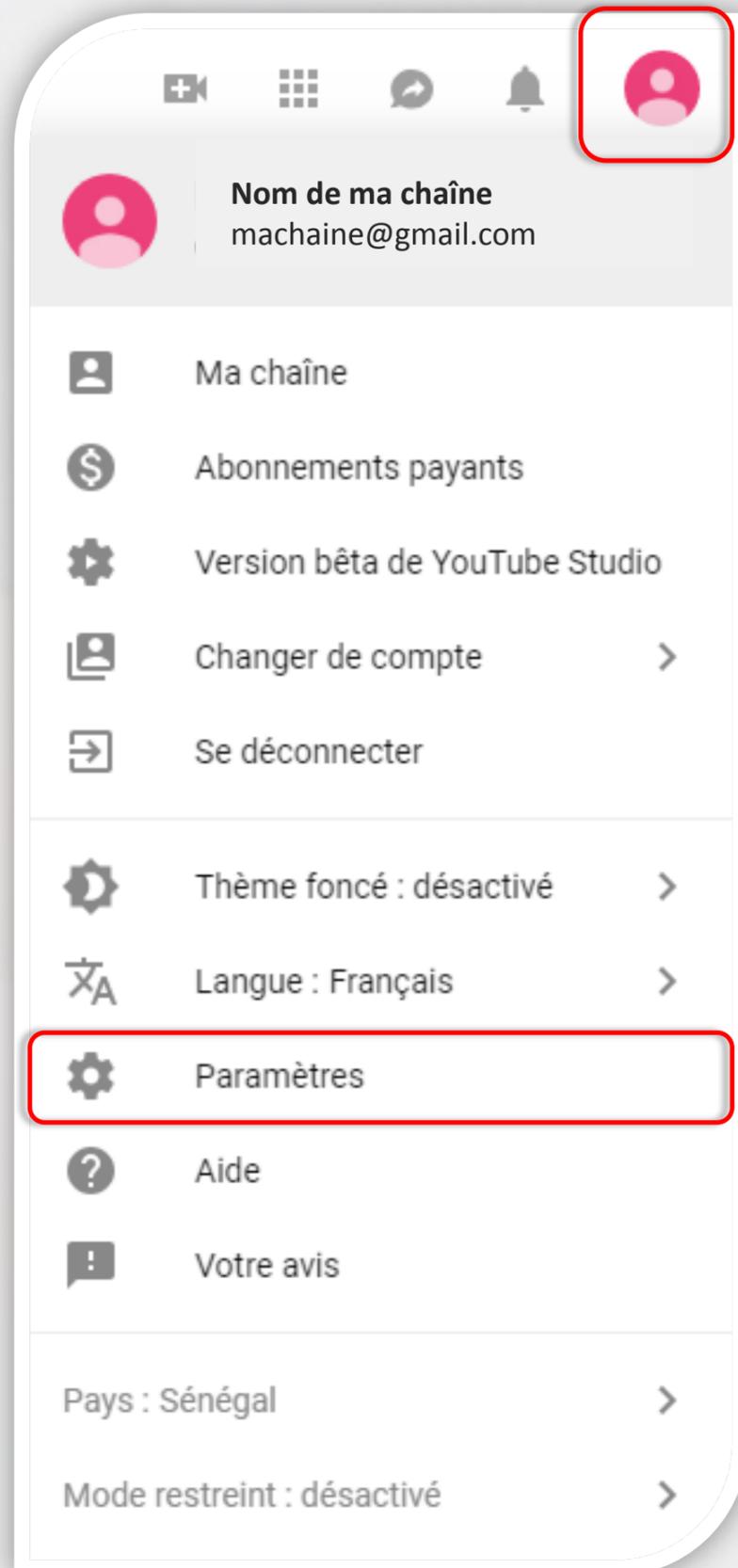
La section « à propos », est à prendre très au sérieux, car intervient dans votre référencement naturel sur Youtube, mais aussi en dehors.

Renseignez donc:

- une description du contenu de votre chaîne,
 - une adresse email de contact,
 - votre pays,
 - les liens vers votre site web ou vos pages sur les réseaux sociaux.



optimiser sa chaîne youtube



fonctionnalités avancées

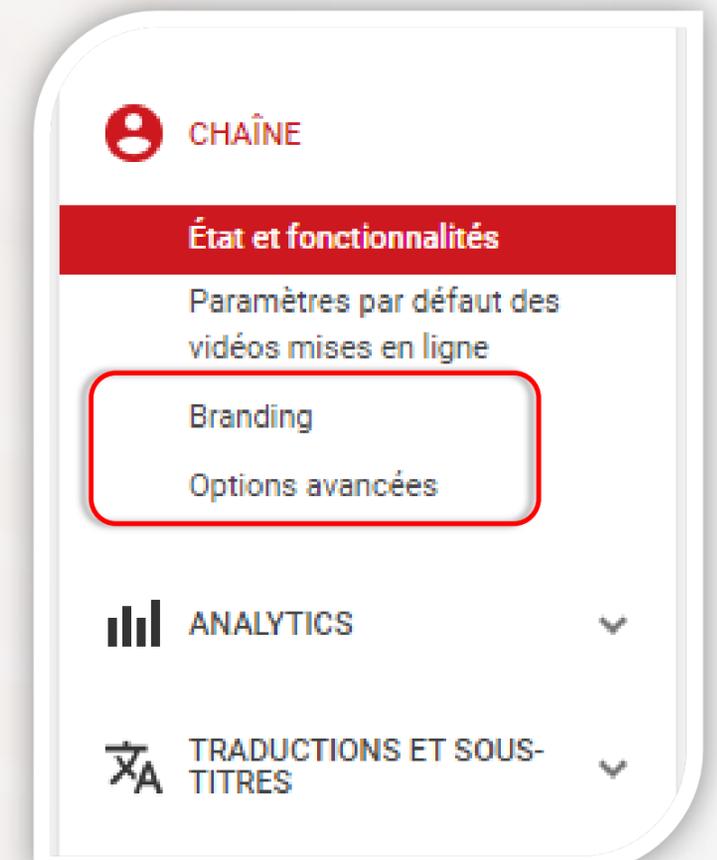
C'est pour avoir accès à ces fonctionnalités avancées que nous avons vérifié notre chaîne un peu plus tôt.

Après avoir cliqué sur le bonhomme (ou le logo de votre entreprise si vous l'avez personnalisé), vous cliquez sur « Paramètres ».

A la section « Compte », cliquez sur « Afficher les fonctionnalités supplémentaires » pour afficher l'état de votre chaîne et ses fonctionnalités.

référencer

- Cliquez sur « Branding » et ajoutez votre logo sur fond transparent, qui sera automatiquement ajouté à vos vidéos mises en ligne.
- Cliquez ensuite sur « Options avancées » pour ajouter les mots-clés de votre chaîne. Ceci est une étape cruciale car permet aux utilisateurs de la plateforme, de vous trouver facilement suite à une recherche. Restez quand-même pertinent dans le choix de vos mots-clés.



comment créer des vidéos YouTube performantes

avoir un script

OUI, une bonne vidéo est forcément basée sur un bon script. Ce script n'est rien d'autre qu'un fil conducteur qui vous permet de fixer l'enchaînement et le contenu de chaque scène, du début à la fin de la vidéo.

bien débiter

NON, une bonne vidéo Youtube ne débute pas par votre super générique, mais par une rapide présentation du contenu de la vidéo. Ne prenez pas plus de 15 secondes, pour la présentation et le générique.

clair comme de l'eau de roche

OUI, le contenu que vous développez dans votre vidéo doit être aussi clair que de l'eau de roche. Après la courte intro, vous pouvez parler plus amplement du sujet que vous avez choisi de traiter, de manière concise et sincère.

un super son

NON, le plus important dans une vidéo n'est pas la qualité des images mais celle du son. Investissez donc sur un bon micro, et pour les images, pensez à un bon éclairage (ou comme on dit, mettez-vous devant une fenêtre 😊).

de belles images

NON, un bon son ne vous excuse pas d'une bonne qualité d'image. Prévalez donc la HD. Heureusement, beaucoup de smartphones embarquent une caméra de qualité, ce qui peut faire l'affaire avec un bon éclairage (la fenêtre 🙄).

hey, abonne-toi !

NON, la conclusion, ce n'est pas seulement pour faire un petit tour d'horizon de ce dont vous avez parlé dans votre vidéo. C'est aussi le moment de demander aux internautes de s'abonner à votre chaîne. Oui il le faut !

promouvoir sa chaîne youtube

vidéo de présentation

La vidéo de présentation est essentielle pour augmenter votre nombre d'abonnés. Sous le même principe que les publications épinglées, cette vidéo apparaît en haut de votre chaîne, et vous permet de vous présenter, vous ainsi que votre contenu. Mettez donc le paquet sur cette vidéo !

collaborer

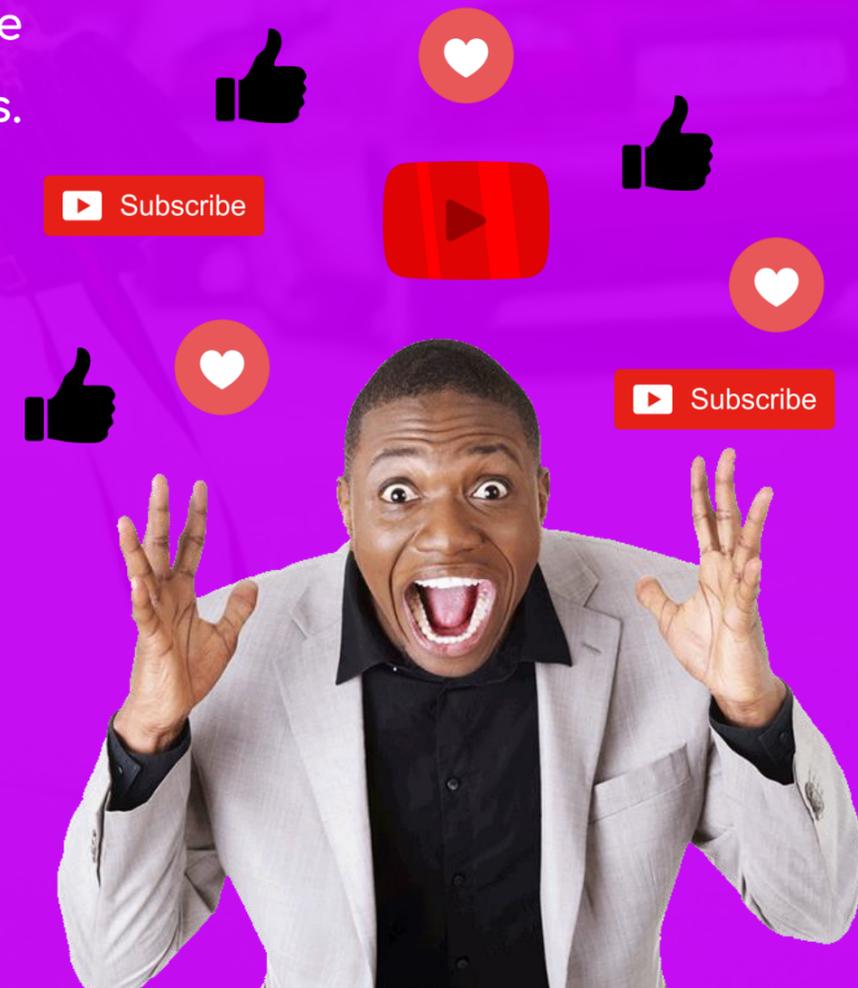
La collaboration dans la production de vidéos sur Youtube, est basée sur le principe du guest-blogging. C'est donc un excellent moyen d'offrir un regard neuf, mais surtout d'acquérir un nouveau public en puisant dans le stock d'abonnés d'un autre Youtubeur qui a bien voulu participer à la production de vos vidéos.

partager

Avant même que vos abonnés (super fans de vous) ne le fassent, vous serez le premier à partager vos vidéos autour de vous, mais surtout, sur vos autres pages sur d'autres réseaux sociaux. Partagez, re-partagez, re-re-partagez, pour que tous vos followers les voient.

intégration

Non seulement cela améliore le référencement de votre site web, mais intégrer une vidéo youtube à vos articles de blog, vous permet de dynamiser votre contenu et d'augmenter de temps passé sur votre site web.



les bonnes pratiques de la vidéo marketing sur YouTube

titre

- c'est avant tout votre titre, qui poussera un utilisateur Youtube à visionner votre vidéo. Veillez donc à ce qu'il soit accrocheur, mais surtout clair et fidèle au contenu.

call to action

- indispensable sur votre blog ou site web, les CA le sont aussi sur Youtube. Invitez donc votre communauté à s'abonner à votre chaîne, à laisser un commentaire, visiter votre site web, tester vos produits, etc...

vignette

- aussi importante que votre titre, la vignette (image qui s'affiche avant que la vidéo ne soit lancée) est à concevoir en HD, et surtout fidèle au contenu.

description

- Youtube, c'est le Google des vidéos. Ajoutez donc à vos vidéos une description qui permet de la trouver suite à une recherche, en y insérant les bons mots-clés.

interagir

- soyez actif et n'abandonnez pas votre chaîne du jour au lendemain. N'oubliez pas non plus d'interagir avec votre public. Discutez, répondez aux commentaires, et prenez en compte leurs suggestions.

organisation

- organiser vos vidéos par playlist, permet aux utilisateurs de la plateforme de visionner plusieurs de vos vidéos autour d'un même thème. C'est aussi une méthode très pratique, pour créer des séries en ligne.

Voilà !
Vous êtes fin prêt à partir à la
conquête du monde de la vidéo
sur Youtube !



Avant de nous quitter pour
un prochain ebook, n'oubliez
pas de nous Follow !



bit.ly/youtube-digismile



autres ressources



Rédiger de bons articles de
blog : goo.gl/cgSga7



Promouvoir par le contenu :
goo.gl/HbNQDL



Mieux utiliser les réseaux
sociaux : goo.gl/NXWNcW



Gérer sa page Facebook
comme un pro : goo.gl/9AiwxC



à propos de
nous*

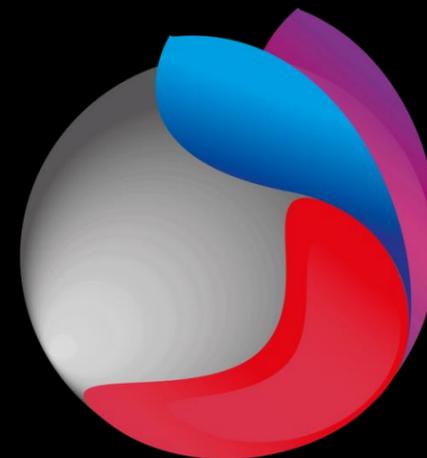
*DIGISMILE

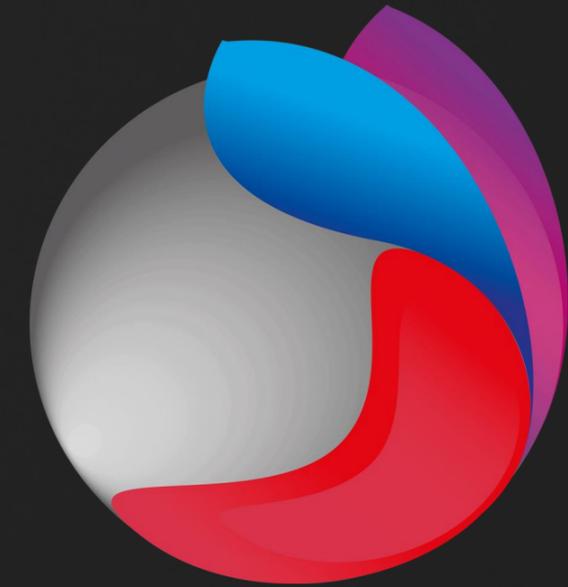


l'agence de communication digitale

DIGISMILE est une agence digitale basée à Dakar.
Nous accompagnons les entreprises dans
l'optimisation de leur présence sur internet.

Ce que nous faisons pour nos clients ?
Les aider à trouver leurs clients.





DIGISMILE

Digital Agency for a Connected Africa

CONTACT : 00221 775 00 02 02
contact@digismileagency.com
www.digismileagency.com

