

# ALLIANCE MAG

CENTRE BW

7

MAI

Page 27

MOBILITÉ  
C'EST TOUT BON POUR LA SANTÉ...

Page 36

LA MÉDIATION



Alliance Centre BW

[www.alliance-centrebw.be](http://www.alliance-centrebw.be)

# L'INTÉRÊT DE LA VIDÉO POUR MON ENTREPRISE

Une entreprise a besoin de communiquer, de travailler sa notoriété... pour vanter ses produits ou services auprès de ses prospects, clients et partenaires, générer du business.

La plupart des entreprises possèdent un site web plus ou moins "up to date", une page entreprise LinkedIn ou une page Facebook... Les réseaux sociaux sont en effet des canaux de communication qu'il est indispensable d'exploiter.

## LA VIDÉO SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

*Facebook c'est pour raconter tout et n'importe quoi ?*

Faux ! Bien sûr on y trouve de tout, mais nos entreprises doivent y être, parce que les autres y sont et parce que c'est certainement un des moyens de communication les plus utilisés par la génération actuelle. Facebook regorge de vidéos.

*LinkedIn c'est une sorte de carte de visite sur Internet ?*

C'est bien plus que ça, c'est une source gigantesque de contacts professionnels, clients et partenaires. Les pages entreprises sont pleines de vidéos.

*Twitter c'est uniquement pour les journalistes et les hommes politiques ?*

Re-faux ! Exemple : chez un de nos clients, la société MLOZ (Les Mutualités Libres), Piet est un des responsables du service communication. À chaque événement, salon, formation, réunion avec l'INAMI... Piet publie un tweet pour donner à ses "followers" une information toute chaude et les inviter à participer à l'événement, un simple texte, photo ou vidéo faite sur son smartphone.

De plus en plus de gens consomment leurs films sur You Tube ou Vimeo, étudient et élargissent leurs connaissances en suivant ces chaînes vidéo en ligne.

Remplacer un robinet, traiter une maladie, cuisiner un plat, un cours de math... ? Cherchez sur You Tube, on y trouve réponse à toutes ses questions... en vidéo.

## LE COMMUNITY MANAGER

Pour exploiter correctement ces canaux, une fonction est en vogue au sein des entreprises : les "Community Managers". Souvent des "geeks", des spécialistes qui ont pour mission de soigner l'image de l'entreprise sur la toile et les réseaux sociaux, créer une communauté autour des produits ou de la marque, créer "un affectif" entre le surfeur et l'entreprise, ses produits et services.

Il va instaurer la discussion et les échanges avec sa communauté, répondre aux questions, présenter les nouveautés et témoignages utilisateurs... via textes, photos et vidéos.

Vous n'avez pas de Community Manager au sein de votre entreprise ? Peut-être un de vos collaborateurs se sent-il l'âme d'un activateur de votre marque (Brand Manager) ?

## LA VIDÉO : DU VRAI ET DE L'AFFECTIF POUR VENDRE

L'affectif est crucial dans notre processus décisionnel. On achète telle voiture, tel ordinateur... suite à une étude comparative, au prix, mais aussi parce qu'on aime ce produit ou l'histoire qui tourne autour de celui-ci. Il suffit de voir la passion de la communauté Mac et l'histoire de Steve Jobs.

**La vidéo ne remplace pas l'article papier qui décrit la machine, la vidéo va compléter, convaincre et renforcer l'affectif, l'envie de posséder cette machine !**

L'avis des autres utilisateurs est important et semble parfois bien plus "vrai" que le descriptif officiel donné par le commercial ou le directeur de l'établissement, voir TripAdvisor ou du même type pour nous aider à choisir un hôtel.

Un article qui explique une machine de production est intéressant et va peut-être me convaincre de sa qualité. Mais une vidéo qui me montre cette machine en fonctionnement dans l'entreprise, son efficacité, des détails, le témoignage du client "face caméra" sur les bénéfices qu'elle lui apporte... ça touche directement, je peux m'identifier à cette personne et être convaincu que chez moi aussi cette machine serait bien utile. La vidéo ne remplace pas l'article papier qui décrit la machine, la vidéo va compléter, convaincre et renforcer l'affectif, l'envie de posséder cette machine !

## PAS DE SALON SANS VIDÉO ! FILM DE PRÉSENTATION ET STUDIO TV

Un de nos clients basé à Louvain-la-Neuve m'explique que son entreprise participe à des salons très spécifiques dans le milieu médical.

*"L'année passée nous avions des panneaux explicatifs et des photos sur notre stand. Sur celui à côté il y avait un grand écran sur lequel tournait une vidéo... Les gens circulaient sur le salon et s'arrêtaient chez eux... pas sur le nôtre. Cette année, nous voulons une vidéo sur le stand !"*

La vidéo attire l'attention et l'intérêt, vient ensuite le commercial pour faire des affaires.

### Créer "le buzz" sur un stand lors d'un salon

- Création d'un véritable studio TV bien visible du public.
- Participation de personnalités : un journaliste et quelques invités choisis.
- Installation de quatre caméras, un décor et des lumières, une régie son et une régie vidéo.
- Animation : le journaliste anime le débat sur le plateau, les caméras sont mixées en temps réel et le programme est envoyé sur différents écrans autour du stand et dans le salon. Des écrans annoncent le programme TV de la journée, les invités... le public se presse autour du stand et le commercial fait son travail.



**Yvan FLAMANT**  
Video-Event  
Réalisateur-Caméraman

## RÉALISER ET EXPLOITER UNE VIDÉO POUR MON ENTREPRISE

Une vidéo peut être réalisée de manière simple ou très complexe, gratuitement ou coûter plusieurs dizaines de milliers d'euros.

Réaliser une vidéo c'est un travail en trois grandes étapes : la **pré-production** (la préparation, scénario...), la **production** (tournage, prise de vue, prise de son, éclairage) et la **post-production** (montage, habillage, sonorisation, titrage, voix-off, colorimétrie, exportation).

Vous possédez ces compétences, matériel et logiciels en interne... alors ACTION ! Sinon, contactez une société spécialisée dans ce domaine pour étudier avec vous ce projet.

Une fois la vidéo réalisée, il faut l'exploiter au maximum... et gratuitement ! Comment ? En la mettant sur votre site web, la page entreprise LinkedIn, votre communauté Facebook, You Tube et Vimeo, en lien dans votre signature e-mail, sur votre smartphone, ordinateurs et tablettes des commerciaux, écrans sur salons et bien entendu au desk d'accueil de votre entreprise.

## UNE CONFÉRENCE DE PRESSE ? VIDÉO INDISPENSABLE OFF LINE OU LIVE

Une information importante à communiquer au monde ? Pensez à organiser une conférence de presse !

Remettez aux journalistes présents votre dossier de presse contenant des documents papiers et une clé USB avec votre vidéo de présentation. Cette vidéo (ou extraits) pourra être relayée par les télévisions locales ou nationales.

Pensez également à filmer la conférence de presse, cette vidéo postée sur le site web jouera sur la notoriété de votre entreprise.

Mieux encore, filmez et envoyez en "live" sur le web en streaming... Vos clients, prospects et journalistes qui ne peuvent être présents pourront ainsi suivre votre conférence de presse en direct, audience et notoriété garantie.

## PAS DE FÊTE OU D'ÉVÉNEMENT CORPORATE SANS VIDÉO !

C'est la fête annuelle de l'entreprise, une scène avec le discours du président qui présente la vision et objectifs, formation et motivation des troupes ? À filmer absolument !

Du simple reportage "une caméra" pour garder un souvenir de l'événement jusqu'à la captation multi-caméras avec projections sur écrans géants et en mettre plein la vue à tout le monde !

## CONCLUSION

Vous l'aurez compris, la vidéo est indispensable pour votre entreprise, pour soigner sa notoriété, sa visibilité, donner envie à des jeunes de travailler chez vous... et bien entendu : vendre vos produits et services.

Je n'ai donc qu'un seul mot à dire :

**ACTION !**



Video-Event, le partenaire audiovisuel de votre entreprise  
et de vos événements

[www.video-event.be](http://www.video-event.be) - 0496/49.02.40  
Louvain-la-Neuve