

Intégrer la vidéo dans sa stratégie de contenus

Réussir ses vidéos et leur diffusion

OBJECTIFS DE LA FORMATION

- Intégrer la vidéo dans sa stratégie marketing digitale.
- Générer du trafic autour de sa vidéo.

INFORMATIONS



Durée : 2 jours / 14h



Horaires : 9h - 12h30 / 13h30 - 17h00



Nombre de participants : 3 à 10

Réf : 4180

POUR QUI

- Responsable marketing et communication.
- Chef de projet marketing et communication digitale, community manager.
- Aucun prérequis

PROGRAMME

Jour 1

1 - Enjeux et usages de la vidéo

- L'économie de l'attention.
- La logique POEM, la viralité.
- Brand content et vidéo.
- Vidéos et SEO.

2 - Construire le dispositif vidéo marketing

- Élaborer le brief vidéo : objectif, cible, typologie, support, CTA,...
- Identifier le registre et le ton de la vidéo.
- Choisir le format de vidéo : snacking content, stories, live, enregistrement,...
- Intégrer les mécaniques de la viralité.
- Intégrer la vidéo à ses dispositifs événementiels.
- Organiser son dispositif de lancement.
- Mesurer les résultats.

3 - Élaborer ses vidéos

- Utiliser les apports du storytelling.
- Produire un bon script.
- Produire soi-même ou faire faire ?
- Filmer efficacement avec son smartphone.
- Réussir ses reels Instagram.
- Réussir ses live vidéos.

Jour 2

4 - Créer et animer sa chaîne YouTube (Twitch / Kick)

- Créer et paramétrer sa chaîne.
- Organiser sa chaîne.
- Optimiser le référencement de ses vidéos : SEO.
- Augmenter l'impact de sa vidéo : vignette, image de fin, call to action.

5 - Diffuser ses vidéos

- Lancer ses vidéos grâce à de l'achat publicitaire.
- Estimer les ressources nécessaires.