

# Pour les producteurs de vidéo corporative

## Saviez-vous que...

L'utilisation de la vidéo comme outil pour propulser les ventes, produits et services de votre client, c'est excellent, mais soyez conscient que...

- le message
- la durée
- le rythme
- l'image

sont déterminants. Bien montée, une vidéo est un vendeur virtuel très performant, il interpelle 2 sens majeurs (la vue et l'ouïe). Pour qu'une vidéo obtienne l'impact escompté auprès de son auditoire, elle doit tenir compte des quatre éléments suivants :



## 1. LE CONTENU

### Le message et l'interprétation

La production basera la conception du message sur l'intention, les conditions, le public cible, l'attitude et le rythme. Voici quelques trucs :

- Dans le message de votre vidéo, il est impératif qu'une seule idée soit développée pour optimiser son impact.
- L'information se doit d'être traitée positivement. Plusieurs études prouvent que la communication dans un axe positif est plus rentable que dans sa contrepartie.
- Votre message devrait être présenté avec émotion. Le pouvoir premier de la vidéo est de faire vivre l'émotion.
- Dans le document, il est préférable de répéter trois fois le nom du produit ou de l'entreprise avec un visuel si possible.
- Évitez les répétitions inutiles et les longueurs dans votre message.

## 2. L'ÉQUIPE

### L'expérience et l'enthousiasme

La passion de l'équipe doit tenir compte d'une structure et de la connaissance. C'est pourquoi une équipe multidisciplinaire sera plus performante et efficace. Pour atteindre son efficacité, vous devez avoir au moins 6 personnes attitrées à votre production :

1. Producteur ou directeur de projet
2. Scénariste ou concepteur
3. Réalisateur
4. Caméraman
5. Preneur de son
6. Éclairagiste
7. Monteur son/image

NB : il arrive que le réalisateur soit aussi scénariste.

# Pour les producteurs de vidéo corporative

## 3. LA TECHNIQUE

### L'image et sa présentation

À ce jour, la technique s'est mise au service des producteurs. Il existe une quantité considérable d'équipements pour réaliser une facture visuelle qui saura toucher la clientèle. Par le fait même, elle donnera la crédibilité au message.

À tenir compte :

#### Département caméra

- Le type de caméra
- Les filtres de texture de l'image
- Différentes lentilles

#### Département machiniste

- Trépied & dolly
- Grue / Jimmy Gib
- Steadycam

#### Département éclairage

- L'éclairage approprié
- Les gélamines, adoucisseurs, etc.
- Les gradateurs



## 4. LA DIFFUSION

### Son support, sa communication et sa distribution

En mettant la production sur le site web de votre client, vous permettez à ses clients de le découvrir davantage. De surcroît, en publiant sa vidéo sur une chaîne YouTube au nom de son entreprise et en l'incrustant dans son site, vous donnez la chance à des milliers de clients potentiels de le voir tout en favorisant son positionnement web. Un site comme YouTube reçoit plus de 100 millions de visiteurs uniques chaque mois à travers le monde.

Il vous est possible de publier sur d'autres plateformes comme Daily Motion et Vimeo qui sont d'excellents diffuseurs.

**Bonne production !**