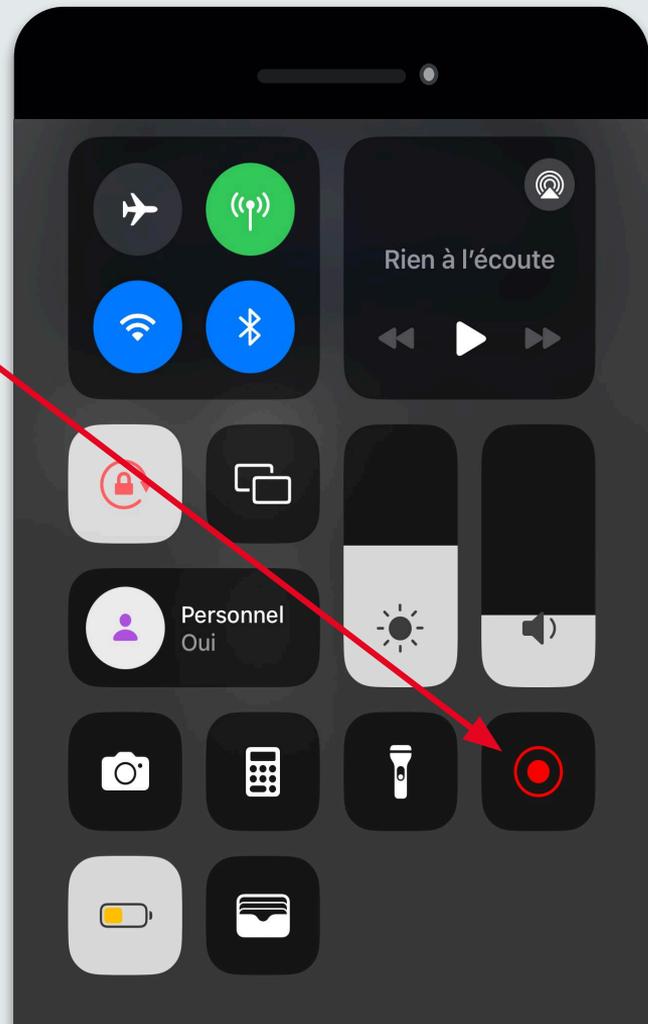


ATELIER CONTENU VIDÉO

FRANCISJETTE .CA

**SORTEZ VOS CELLS,
ACTIVEZ LE SCREEN RECORD,
SCROLLEZ VOTRE APP PREF!**



SORTEZ VOS CELLS,

SCROLLEZ VOTRE APP PREF!



SCROLL & SKIP

1. Analysez les contenus qui vous on fait arrêter et les contenus qui vous on fait skipper
2. Retour et partage en groupe



10 MINUTES



TENDANCES & STATISTIQUES

5 PLATEFORMES, UN FORMAT DE CONTENU

1

TikTok



2

**Instagram
Reels**



3

**Facebook
Reels**



4

**YouTube
Shorts**



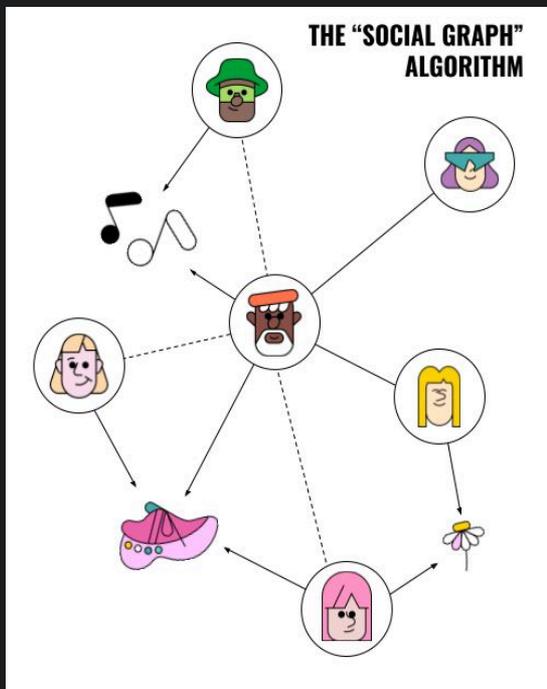
5

**Linkedin
Vidéos**

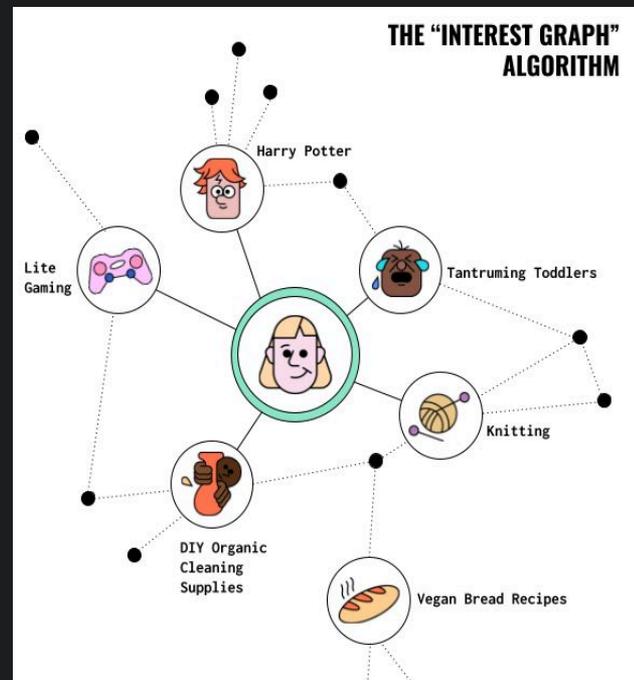


La Tiktokisation des algorithmes

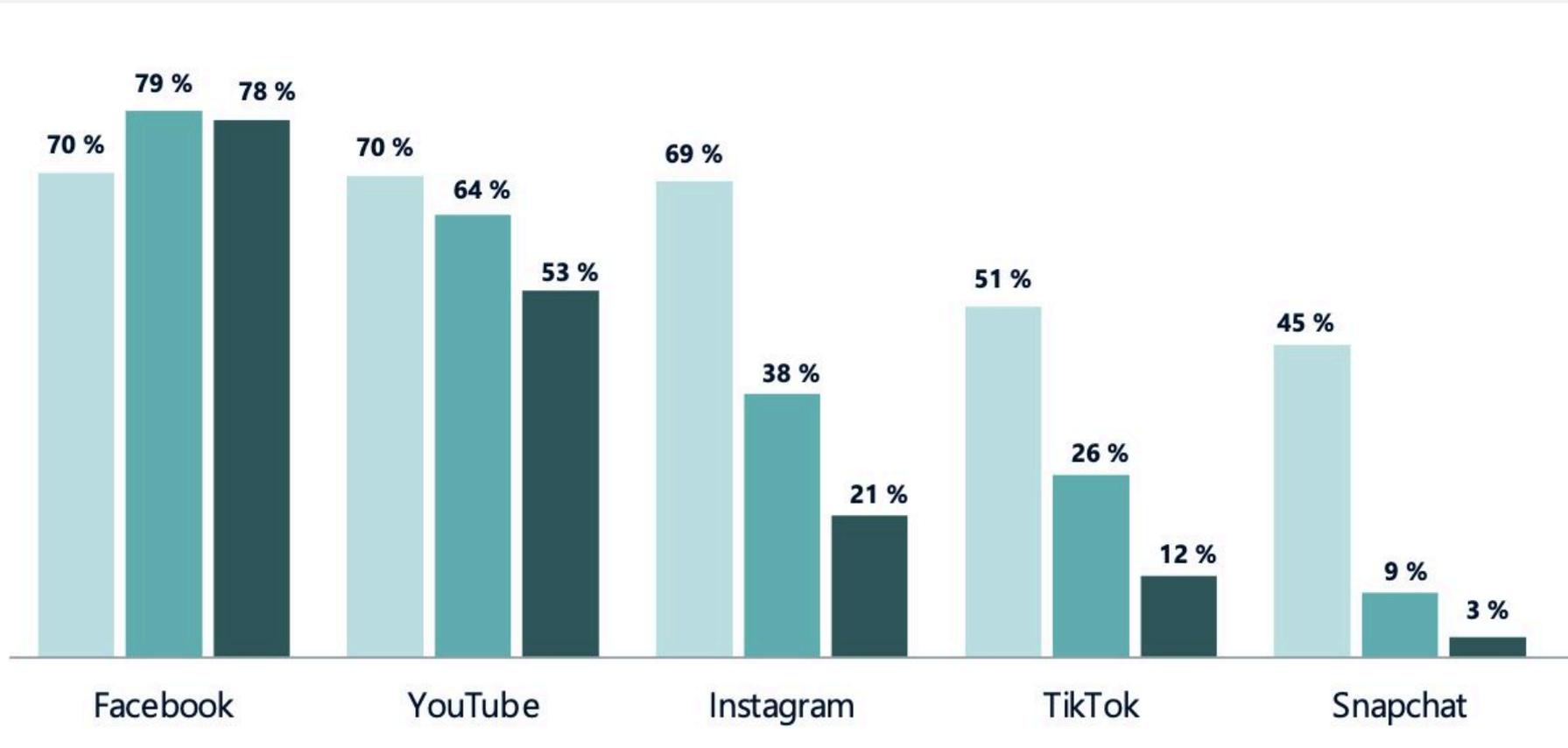
Avant TikTok



Après TikTok

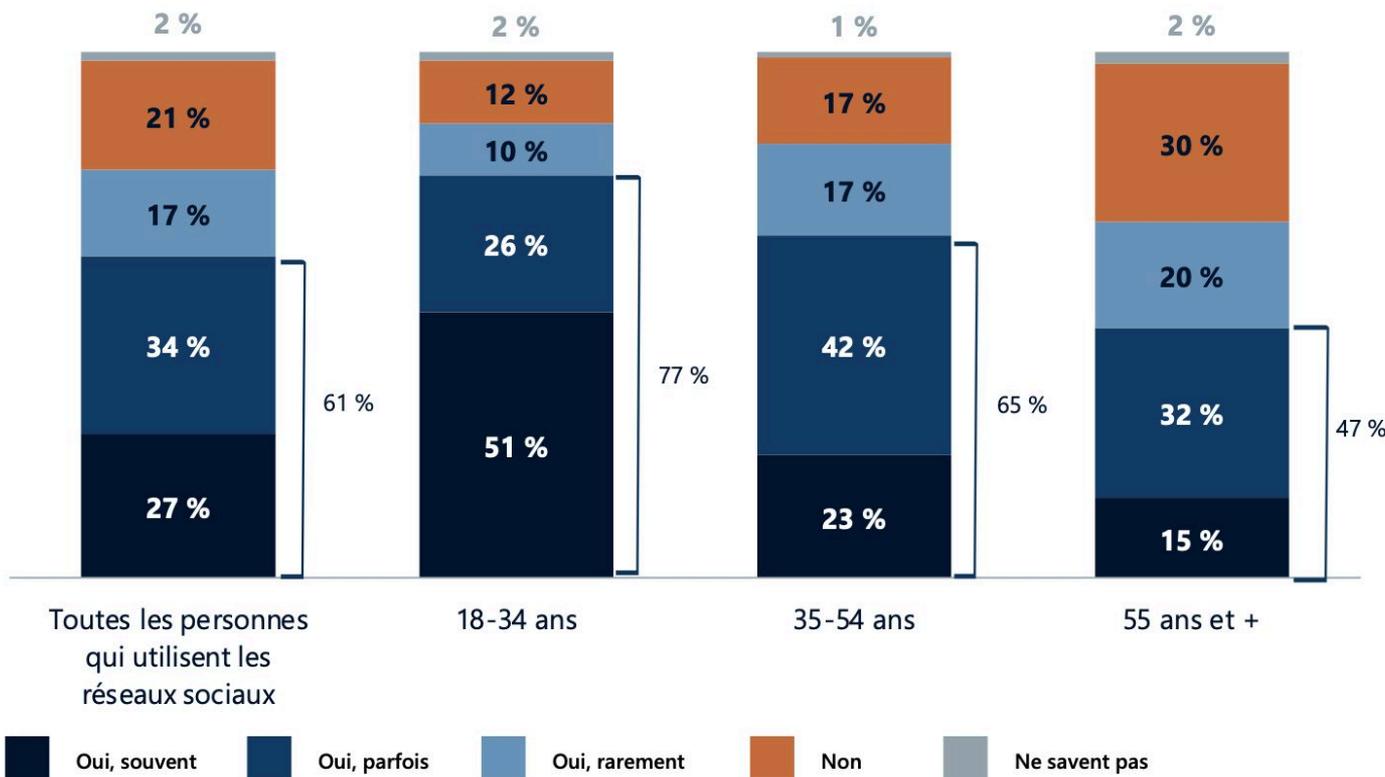


Les habitudes de consommation des médias sociaux chez les Québécois



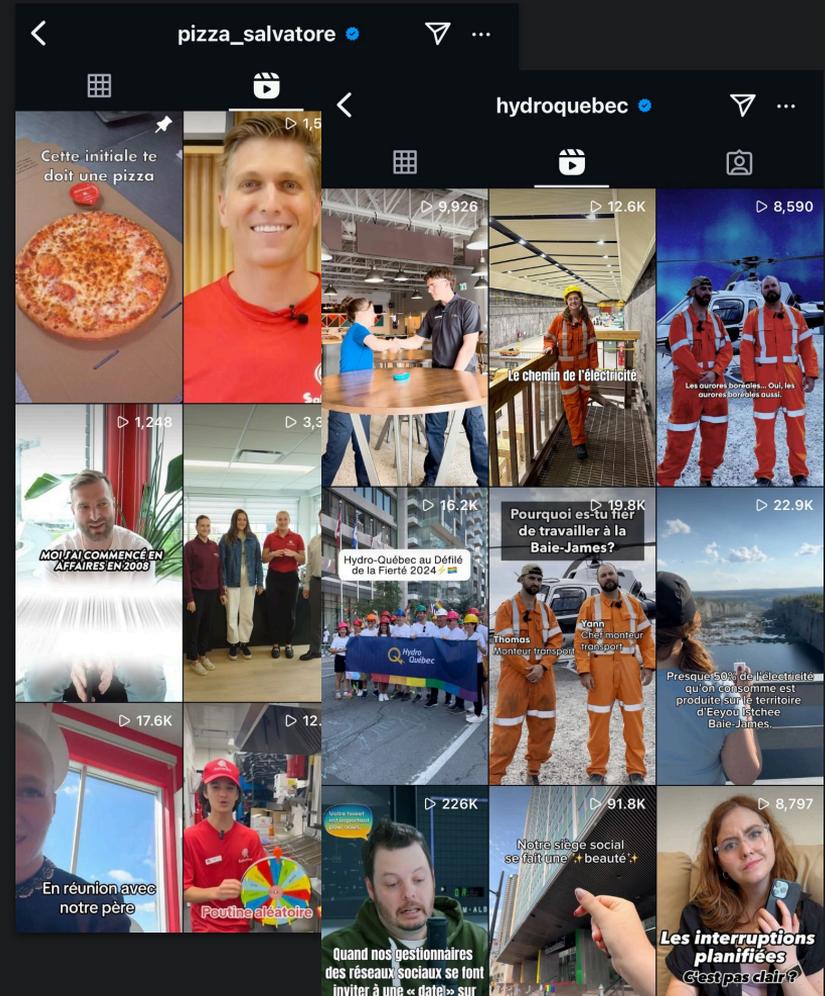
Les habitudes de consommation des médias sociaux chez les Québécois

Part des personnes utilisant les réseaux sociaux regardant des vidéos courtes au format vertical



Tendance

Adopter le mindset du créateur de contenus



Tendance

Collaborer avec des créateurs





50%

Source : META

**DU TEMPS PASSÉ SUR
IG EST DANS LES
REELS**



+50%

Source : META

**DU CONTENU IG
PROVIENT DE
RECOMMANDATIONS**



ATTENTION AUX TENDANCES

84%

du contenu publié par des marques ne parvient pas à générer des émotions positives fortes, à capter l'attention ou à renforcer la mémorisation de la marque

24%

des vidéos TikTok déclenchent des émotions négatives fortes, potentiellement nuisibles à la réputation des marques

TikTok et Tourisme Mauricie: la parfaite tempête... dans un verre d'eau

Par Martin Francoeur, Le Nouvelliste

22 janvier 2024 à 18h19 | Mis à jour le 22 janvier 2024 à 18h29



C'EST SUR QUE...



COMMENT IDENTIFIER, S'APPROPRIER LES CONTENUS TENDANCES?

AVANT DE S'APPROPRIER UNE TENDANCE...

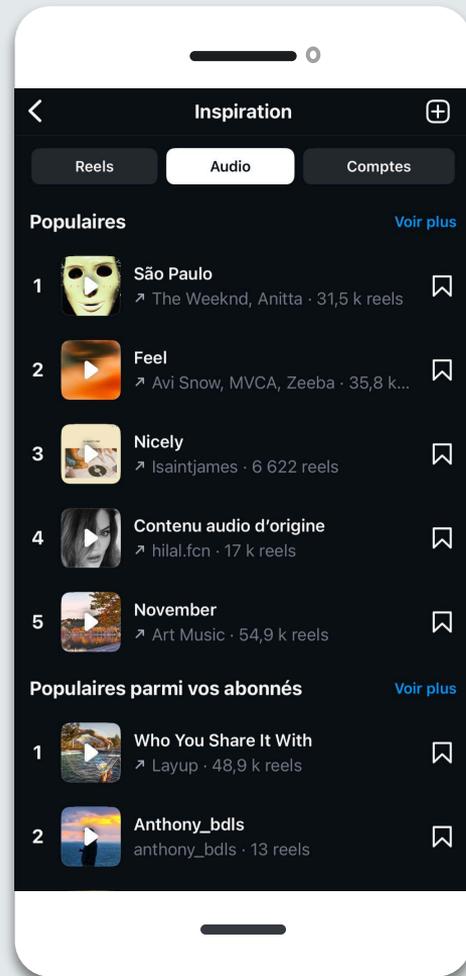
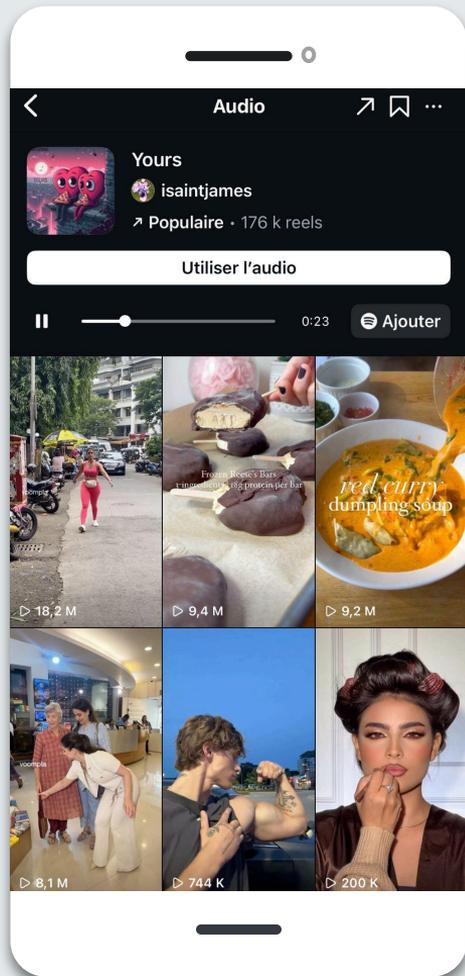


- La tendance s'inscrit-elle dans une dynamique positive (respect, inclusivité, authenticité) ?
- Quel est l'origine de la tendance, comporte-t-elle des sous-entendus, des références sensibles ?
- Le message que nous voulons transmettre est-il clair et en harmonie avec notre voix de marque ?
- Quelles seraient les conséquences si cette tendance était mal interprétée par notre audience ?
- Comment ajouter une touche unique qui reflète notre marque ?

COMMENT IDENTIFIER LES TENDANCES



- Repérer les pistes audios tendances ↗
- Repérer les concepts, idées, transitions populaires
- S'abonner à des comptes d'inspiration
- Suivre des blogs, infolettres
- Utiliser les outils du Tableau de bord professionnel



LES TENDANCES NE SONT PAS TOUTES ÉGALES

- **Tendances éphémères**

Des moments populaires et passagers, ancrés dans des vérités humaines reconnaissables et auxquelles on peut s'identifier.

Ex : challenges, templates, audios populaires, memes, etc

- **Tendances durables**

Tendances qui sont natives aux plateformes et aux habitudes de consommation

Ex : GRMW, Dumps, facecam vidéos, carousels photos avec texte natif

- **Tendances macro**

Tendances socioculturelles et mouvements sociétaux plus larges qui influencent les valeurs, les comportements et les attentes des consommateurs

Ex : la positivité corporelle, le véganisme, l'adoption de la réalité augmentée, etc





La Chasse aux tendances

Exercice pratique

ATELIER

S'inspirer des concepts de contenus tendances

1. Analysez les Reels dans le fil instagram
2. Identifiez des tendances qui pourraient être adaptées à votre organisme, sauvegardez-les dans les Collections (par thématiques, objectifs, etc.)
3. Retour échanges et discussion en groupe



10 MINUTES

S'INSPIRER DES CONCEPTS ÉPROUVÉS



- POV : Point de vue
- Je ne sais pas qui a besoin d'entendre ça, mais...
- Vox-Pop
- Watch me work
- Fond d'écran vert
- GRWM
- Mini vlog

TABLEAU BLANC



VOX-POP



CONTENU COBAYE / CHALLENGE

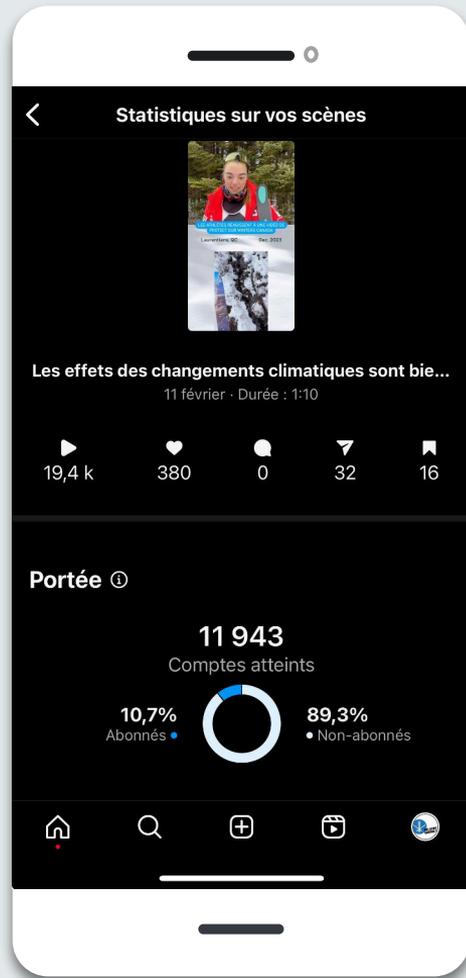
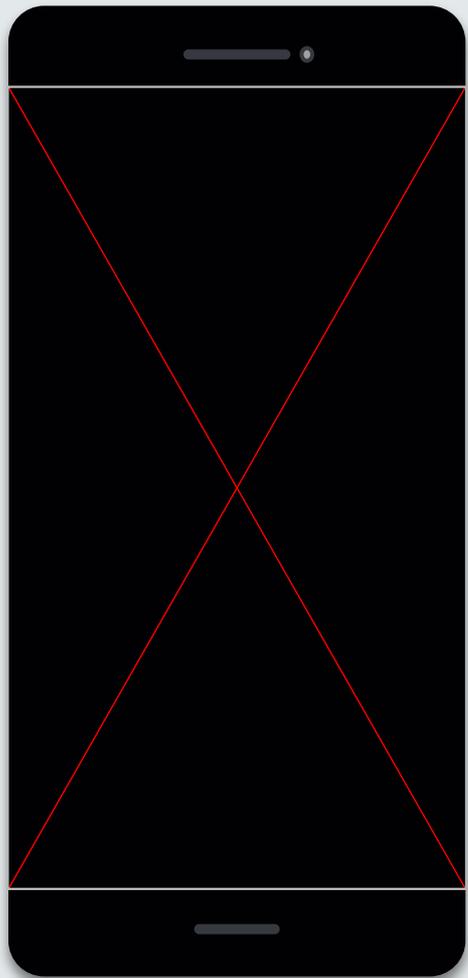


VIDÉO DE RÉACTION

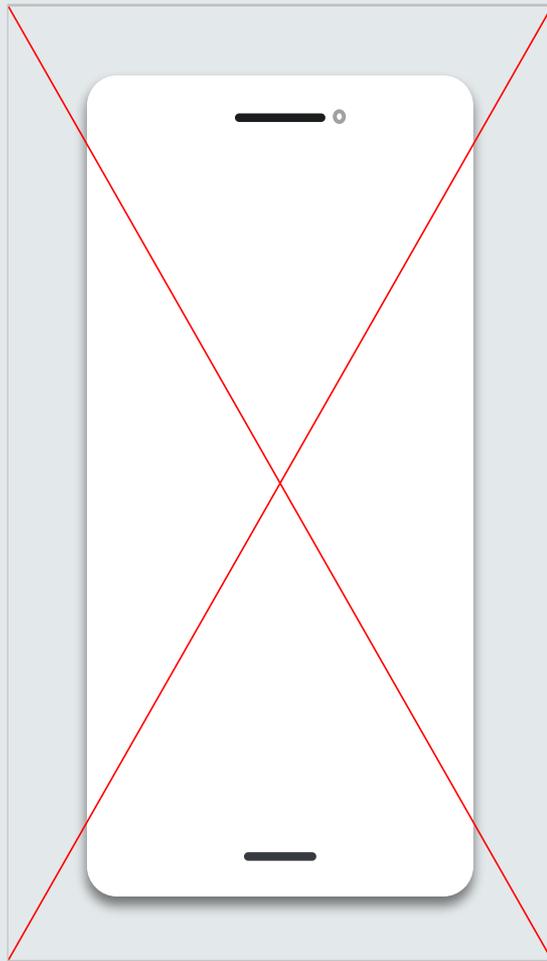


QUESTIONS / PLAINTES

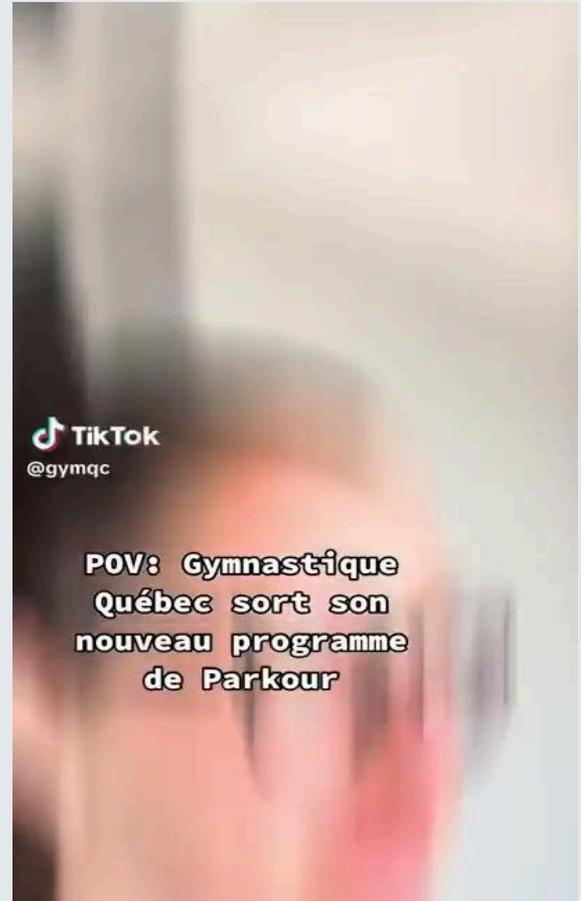




**RACONTER DES
HISTOIRES**



RÉUTILISER DES PISTES AUDIOS TENDANCES



**AUCUNE INDUSTRIE EST
TROP PLATE POUR CRÉER DU
CONTENU INTÉRESSANT!**





Le mur des idées

Exercice pratique

Des idées mur à mur!

1. À partir de votre clientèle cible et de ses données psychographiques
2. Laissez vous inspirer des concepts et essayer de produire un maximum d'idées de contenus en 10 minutes.
3. Rédigez les idées de contenus sur des post-it et apposez-les sur le mur!



15 MINUTES

Engagement

Storytelling

Éducatif

Promotionnel

Expérientiel

AMA - Ask Me Anything, Questions	Actualité, nouvelles, Breaking news	Cheat Sheet	Annonces, lancement, communiqué	ASMR
Challenge, défi	Anecdotes	Checklist	Financement participatif, Crowdfunding,	Docu-Réalité
Ceci ou cela? This or that ? A/B	Archives - Throwbacks - TBT	Comment faire, étape par étape,	Promotion - code promo - vente éclair	Documentaire
Questions d'engagements	Avant-Après	Guide	Gratuité	Photo reportage
Quiz	Storytime, raconte-moi une histoire	Tutoriel	Démonstration de produit	Spectacle, performances, représentations
Sondage	Histoires, Storytelling	Explainer, Décrypter	Revue de produit, recommandations	Timelapse
Rant - Diatribe	Origin Story, Back story, Histoire personnelle	Étude de cas	Influenceur	Slow-mo - Ralenti
Complète la phrase _____	Perspective unique	Meilleures pratiques	Collaborations	Hyperlapse
Polarisant, débat	Portrait - People of ____	Secrets d'experts	Employé Ambassadeur - Employee Advocacy	Stop Motion
Q&A - Questions - Réponses	Human of ... Spotlight Profiles, Everyday Hero	Cadre de référence - Framework	Ambassadeurs externes - Advocacy - Influenceurs	Unboxing
Charade	Lettre à soi-même - Passé ou Futur	Livre Blanc - White paper	Ambassadeurs Internes	GRWM - Get Ready With Me
Jokes, insides liées à l'industrie	Lettre ouverte	Mindmap, Flowchart, Arbre décisionnel		Une journée dans la vie
Takeover	Making-of	Data Storytelling - Data art - Data Visualisation		Visite - Tournée d'un lieu, événement, restaurant...
				Vlog

EXERCICE

1. Analysez les contenus et tentez d'identifier les concepts utilisés
2. Retour et partage en groupe



10 MINUTES



CRÉER DES VIDÉOS PERFORMANTES

~~BONJOUR~~

UNE STRUCTURE SIMPLE & EFFICACE

1

Accroche

2

Intro

3

Contenu

4

Bonus

5

Appel à l'action



2 SECONDES POUR CONVAINCRE



1. Titre accrocheur
2. Créer de l'anticipation
3. Créer une action, insérer un élément inattendu
4. Utiliser un effet de transition créatif
5. Du mouvement rapide, des couleurs vives
6. Un spoiler visuel
7. Un point de vue surprenant



Capitaine Crochet

Exercice pratique

ATELIER

Diversifier ses accroches

1. À partir de votre scénario, essayer de développer un maximum de combinaison d'accroches visuelles / écrites en lien avec le concept de votre vidéo
2. Retour échanges et discussion en groupe



10 MINUTES

DIFFÉRENTS STYLES D'ACCROCHES



1. Présenter directement le bénéfice ou la valeur de la vidéo
2. Aborder un problème
3. Une question intrigante
4. Un énoncé choc
5. Un extrait accrocheur
6. Surprendre avec un fait, une statistiques
7. Une phrase qui inverse les attentes



- Est-ce que je peux te partager un secret?
- Comment je suis passé de (point de douleur) à (résultat espéré par la clientèle cible)
- Si tu es (expertise) tu dois absolument connaître ce truc / hack!
- Voici ce qui se passe VRAIMENT (sujet controversé dans l'industrie)
- Je ne peux pas croire que personne ne parle de (sujet niché lié à une expertise)

QUALITÉ DE PRODUCTION



QUALITÉ DU CONTENU

LA DÉFINITION DE QUALITÉ

- Capturer l'attention tout au long de la vidéo
- Offrir une perspective unique, créative ou inspirante
- Être authentique et relatable
- Résonner avec les intérêts personnels
- Enseigner quelque chose de nouveau ou utile

**Source : Étude Why We Watch 2.0, par YouTube*

SCÉNARISER POUR LA RÉTENTION



1. Raconter des histoires
2. Créer du mouvement aux 2-3 secondes (zoom, plans, transitions, jump cut, etc.)
3. Ajouter du B-Roll pour illustrer certains points
4. Ajouter du texte pour mettre l'accent sur des éléments clés
5. Ajouter des éléments visuels surprenants pour créer des interruptions (emojis, gifs, memes, animations, etc.)

UN BONUS?

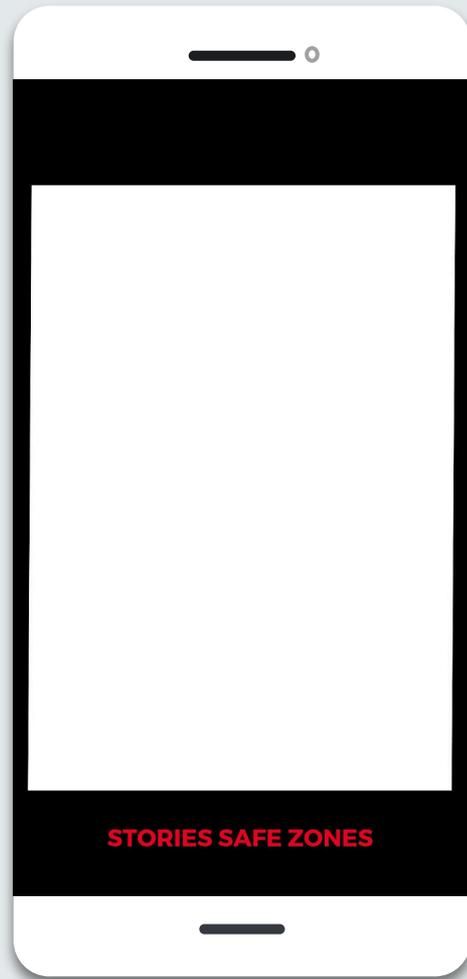
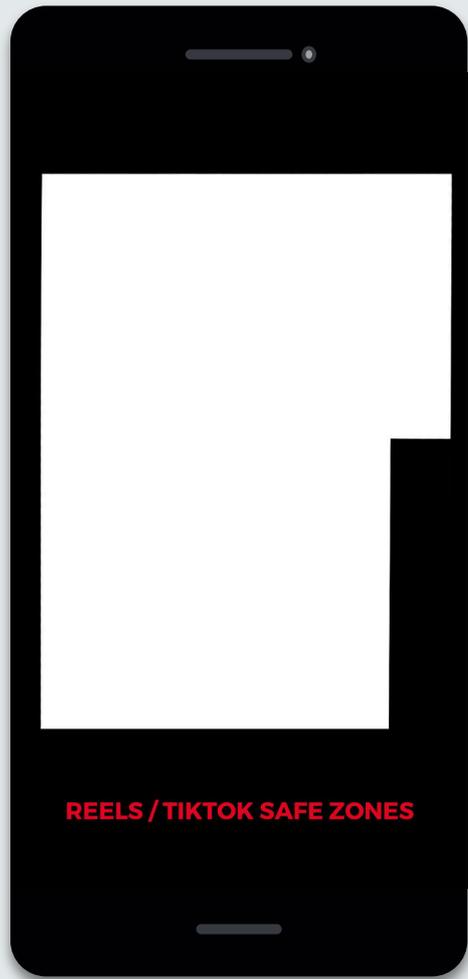
Trouver un moyen de garder les gens jusqu'à la fin!

1. Truc complémentaire
2. Code promo
3. Élément surprenant
4. Trouver un loop / transition créative

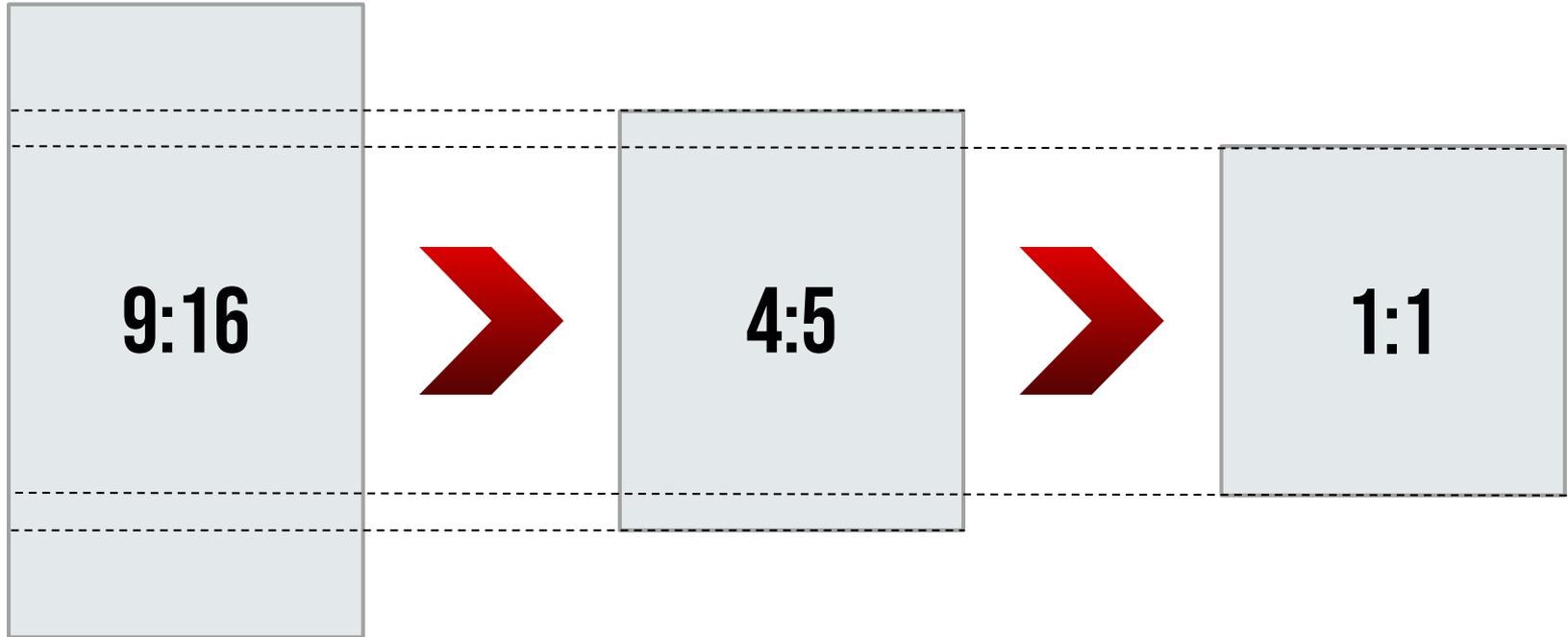


APPEL À L'ACTION

1. De l'animateur, en visuel sur la vidéo , dans la description
2. Revenir à l'objectif initial de la vidéo
(visites du site, télécharger un document, acheter des billets, prendre rendez-vous, etc)
3. Trouver des moyens originaux de maximiser l'engagement
4. Poser des questions en lien avec le contenu
5. Demander de la rétroaction par rapport au contenu
6. Inciter les gens à suggérer d'autre sujets
7. Like & Subscribe 😊



DÉCLINER POUR TOUS LES EMPLACEMENTS





QUELLE EST LA LONGUEUR OPTIMALE?





12 SECONDES



20 SECONDES

DURÉE OPTIMALE POUR LA DISTRIBUTION

-90s

Durée max : 90 sec

Reels Facebook /
Instagram

+60s

Durée max : 30 min

TikTok

60s

Durée max : 3 min

YouTube



Le Storyboard Stratégique

Exercice pratique

ATELIER

Créer un concept de vidéo

1. En équipe, sélectionnez une accroche
2. Trouvez un concept et rédigez un scénario pour une vidéo verticale, en incluant une accroche créé précédemment
3. Retour échanges et discussion en groupe



20 MINUTES

PLAN DE MONTAGE

CLIENT		PLATEFORME		INSPIRATION	
PROJET		FORMAT		TOURNAGE	
OBJECTIF		DURÉE		ANIMATION	
CTA		MUSIQUE		IMAGES	
SCÈNE	IMAGE	TEMPS	TITRE	SOUS-TITRES	NOTES

5 ERREURS À ÉVITER EN TOURNAGE



1. Oublier de nettoyer la lentille du cellulaire
2. Filmer à contre-jour / sans considérer l'éclairage
3. Ne pas faire de tests audio pour surveiller les bruits de fond
4. Filmer uniquement le strict nécessaire, sans penser aux transitions, B-Roll
5. Cadrer sans penser aux ajouts de textes, titres et sous-titres

5 ERREURS À ÉVITER EN MONTAGE



1. Débuter avec une animation visuelle, un texte animé
2. Utiliser trop de transitions, d'animations
3. Mauvais équilibre entre le micro et la musique
4. Manque de cohérence dans les formats d'image, alterner entre du 16:9 et du 4:3
5. Avoir peur de trop couper, ignorer la nécessité de re-visionner plusieurs fois et se mettre à la place de l'audience

RESPECTER LA LIGNE GRAPHIQUE DE LA MARQUE

MONTREZ VOS COULEURS

- Éviter de mettre le logo en intro
- Utiliser vos couleurs officielles
- Utiliser la police officielle
- S'inspirer des éléments visuels pour les animations & transitions
- Trouver l'équilibre entre l'unicité des contenus et la ligne graphique
- Respecter le ton de la marque

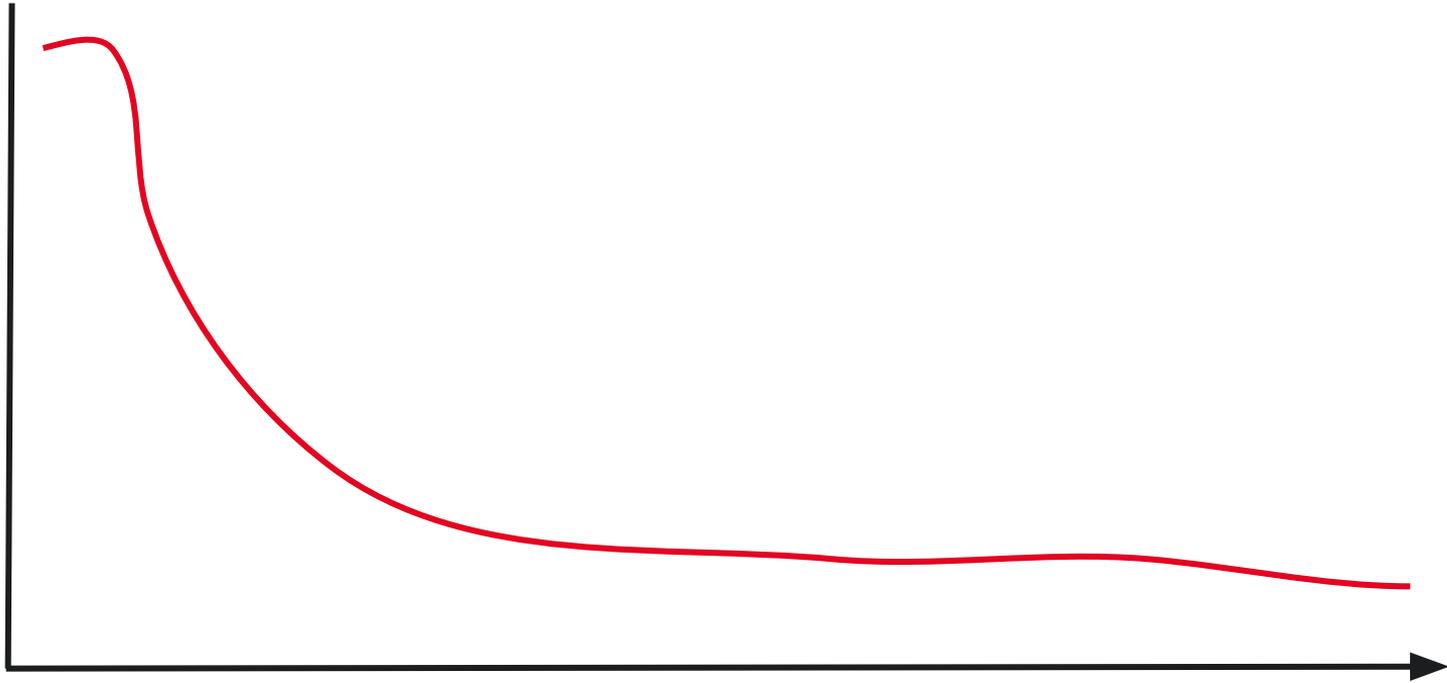
ANALYSER LA PERFORMANCE DES VIDÉOS

GARDER UN ŒIL SUR...

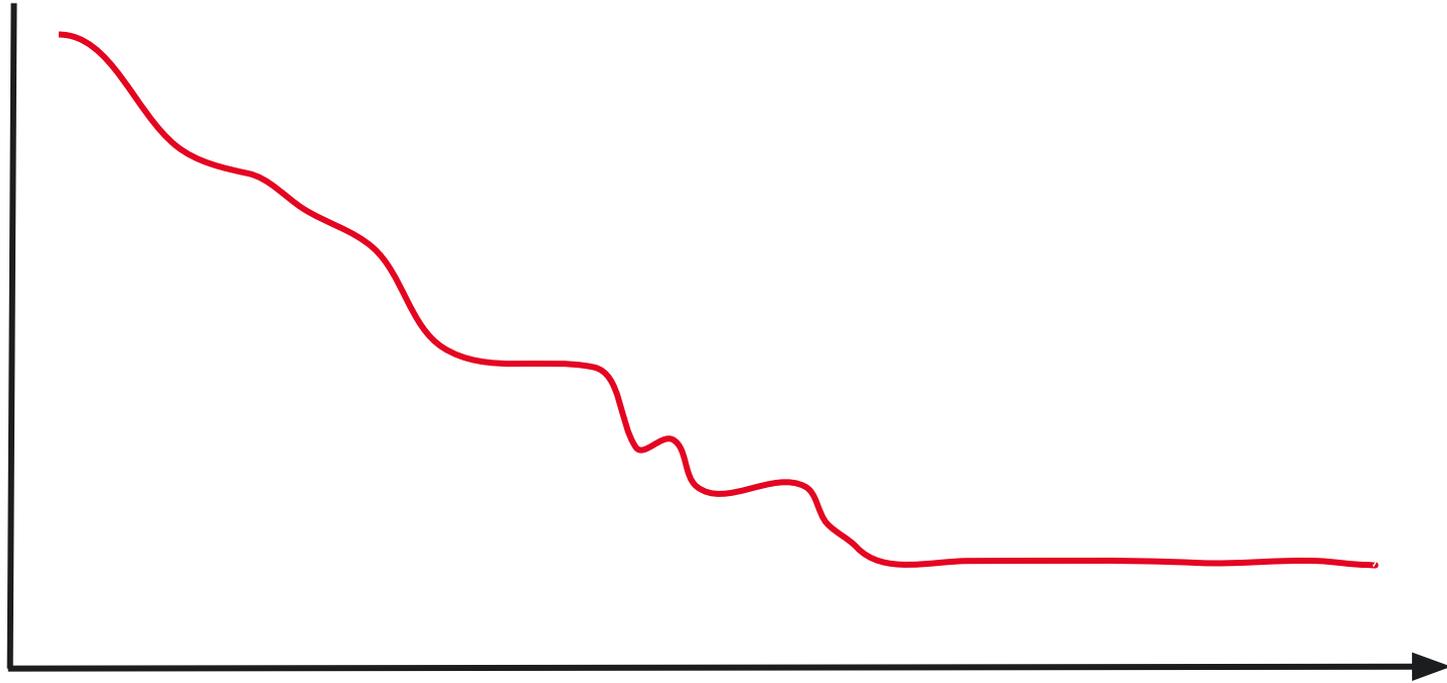
- Nombre de visionnements
- Rétention
- Durée de visionnement moyenne
- Taux de complétion
- Provenance des visionnements
(abonnés, recommandations, etc.)

INTÉGRER LES STATISTIQUES AU PROCESSUS DE CRÉATION

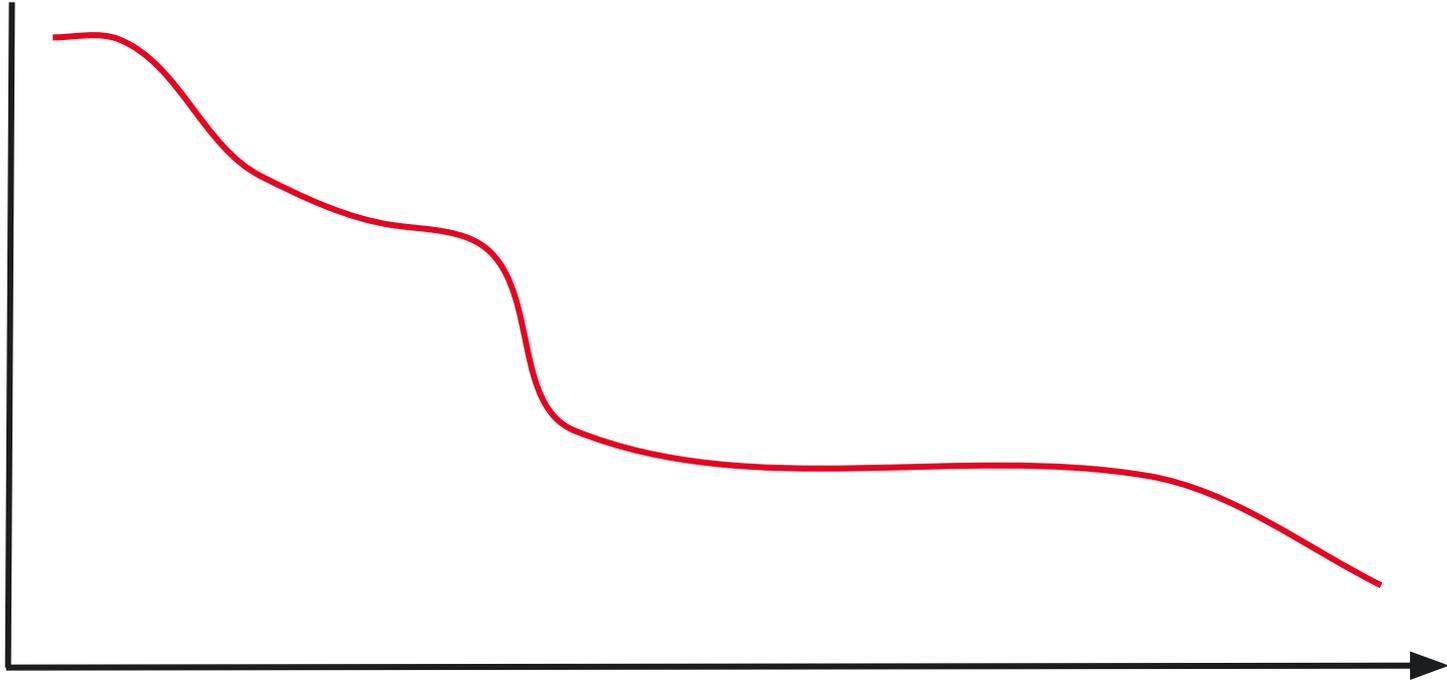
MAUVAISE ACCROCHE



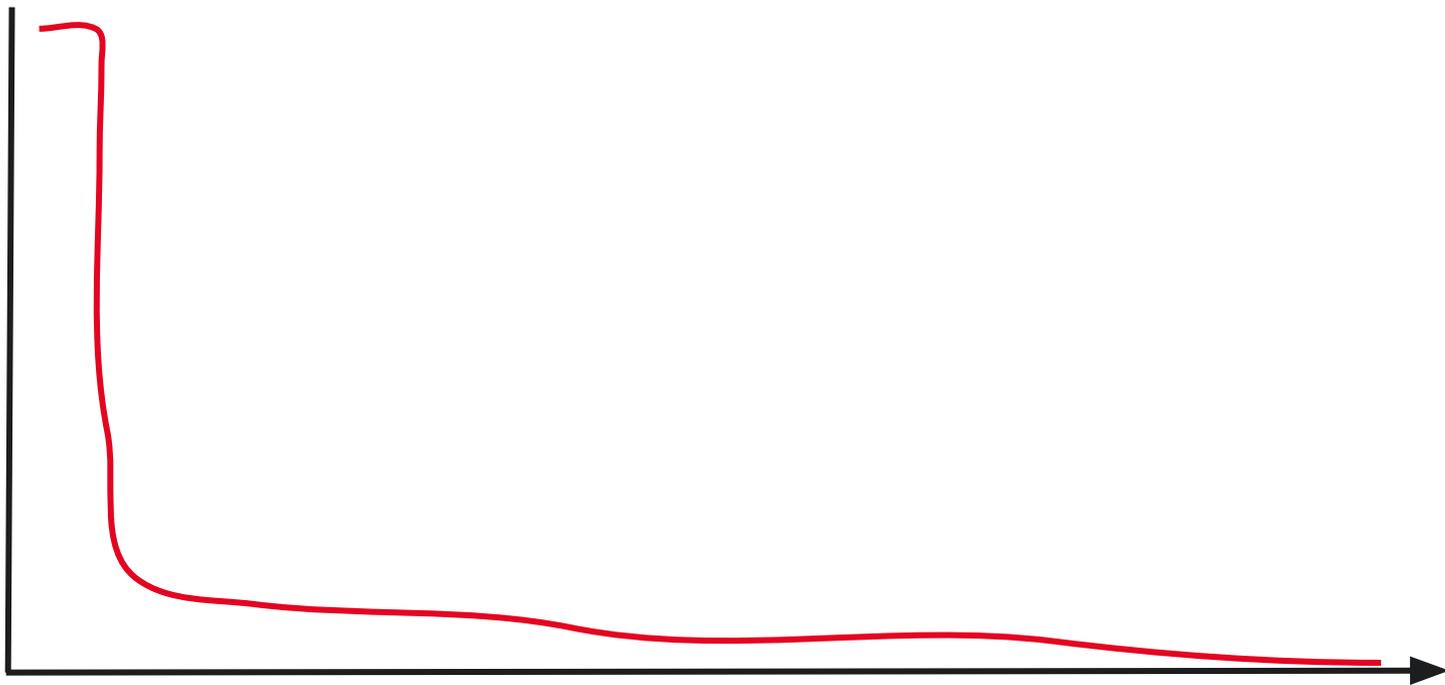
ACCROCHE FORTE, CONTENU MANQUE DE DYNAMISME



PERTE D'INTÉRÊT



MAUVAISE VIDÉO



MERCI!

Des questions?

hey@francisjette.ca

514-773-6666

Francisjette.ca

@frankjet7

