

Le livre des recettes innovantes
d'une

Communication audiovisuelle réussie !



empreinte.com

INNOVATIVE VIDEO SYSTEM

Introduction



L'audiovisuel est devenu un média majeur. Les vidéos se sont démultipliées à l'infini au coeur de nos vies numériques sur le web et les réseaux sociaux.

La communication audiovisuelle s'impose au coeur même des nouvelles pratiques commerciales, des nouveaux usages métier ou des messages stratégiques des organisations professionnelles.

Néanmoins, les ingrédients, recettes et tournemains nécessaires à la réussite de sa communication audiovisuelle doivent être assemblés avec soin.

En fait, comme vous le constaterez dans ce livre de recettes un peu particulier la communication audiovisuelle nécessite de bons ingrédients et un savoir-faire qui ressemblent à s'y méprendre à de la grande cuisine.

C'est pourquoi, fort de sa technologie et de son expérience, **Empreinte** a décidé de vous livrer ses meilleures recettes de plats audiovisuels mitonnés avec talent.

A la manière d'un livre de cuisine, vous pourrez ainsi intégrer en toute clarté et sécurité la vidéo au coeur de vos pratiques quotidiennes de marketing et communication.

A vos couteaux prêts.... **Tournez !**



Les basiques

D'UNE RECETTE COMMUNICATION AUDIOVISUELLE RÉUSSIE

Des ustensiles polyvalents et fiables

1

Communicants et cuisiniers ont en commun d'être des artisans de la créativité qui peaufinent leurs recettes grâce à un usage régulier et pointu de leurs ustensiles. Ces derniers doivent devenir une seconde nature, grâce à leur polyvalence et leur fiabilité. Une organisation professionnelle qui décide d'appliquer des recettes innovantes en matière de communication audiovisuelle doit donc s'appuyer sur **une plate-forme d'hébergement et de distribution des vidéos permettant d'éditer, héberger et publier des contenus avec une qualité irréprochable quel que soit le canal de diffusion.**



Des ingrédients riches et puissants en goût

Réussir à véhiculer le message de son organisation au travers des médias audiovisuels signifie séduire et surprendre un public exigeant des ingrédients riches et puissants en goût.

La saveur de vos recettes permettra de libérer la créativité de vos collaborateurs et d'enrichir l'expérience de visionnage de vos vidéos.

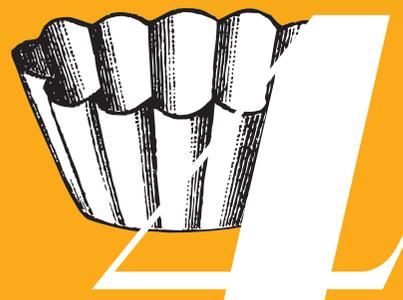
Enfin, vous devrez disposer d'ingrédients manipulables aussi bien en-ligne que hors-ligne.



3

Une organisation de fer en cuisine

Une partie de votre communication audiovisuelle est liée à des événements filmés en direct. Il faut vous appuyer sur une organisation de fer en cuisine, sur des méthodes ayant fait leur preuve et sur un chef capable de réaliser un audit de vos moyens de communication vidéo. Si c'est un chef étoilé il aura déjà tout prévu et pourra pallier les coups de chaud en cuisine, tous ces petits imprévus inhérents à un Direct.



Des recettes duplicables partout

La recette d'une communication audiovisuelle savoureuse passe par le fait d'être en mesure de dupliquer vos petits plats mitonnés dans les mêmes conditions de dégustation.

Qu'elles soient sur le web ou sur Intranet, vos vidéos doivent pouvoir s'appuyer sur une architecture de distribution du type "CDN sur-mesure" afin d'être certain qu'elles seront dégustées partout et par tous dans les mêmes conditions de visionnage.

5

S'adapter aux goûts de son public

La communication audiovisuelle tout comme la cuisine doit s'adapter aux goûts de son audience, le flatter et parfois le surprendre avec des mariages de saveurs inattendues. Dès lors, un chef étoilé de la communication devra disposer **d'outils de mesure de la satisfaction du public, à la fois puissants et synthétiques**. C'est ce que propose certaines plateformes d'hébergement vidéo, comme celle proposée par **Empreinte.com**, qui analyse en permanence à la fois le confort d'utilisation de son service et le parcours de ses utilisateurs.





empreinte.com



7 *recettes d'une*
Communication audiovisuelle
réussie

Live vitaminé prêt à consommer

Rien de tel qu'une captation vidéo en direct pour valoriser un événement que vous organisez avec vos employés ou vos clients. **La prise de vue gardera un témoignage sans filtre de l'annonce des résultats annuels de votre entreprise, de votre nouvelle stratégie, de votre lancement de produit ou service...**

Toutefois, le webcasting en direct, s'il paraît simple en apparence mérite une préparation méticuleuse en amont de la captation en Live, afin que le jour J vous puissiez pallier le moindre imprévu.



INGRÉDIENTS

- Un studio de prise de vues ou une salle de conférence dont on aura pris soin d'optimiser l'éclairage et le décor
- **Une régie et un technicien audio capable de gérer plusieurs microphones HF et une source sonore supplémentaire**
- Deux caméras sur pieds : une première destinée aux plans larges et une autre permettant de se focaliser sur un intervenant
- **Un mélangeur vidéo permettant d'assurer en direct le mariage savoureux des sources vidéos**
- **Une station d'encodage multi-caméras dans un format de streaming adapté à votre mode de diffusion**
- **Une plateforme de publication des vidéos capable de gérer le Live streaming sur Internet ou un intranet**
- **Un module d'interactivité synchronisé avec les images et les vidéos Live intégrant un chat ou quiz en direct**

- **Durée** : Quelques semaines à plusieurs mois
- **Difficulté technique** : Débutant/intermédiaire
- **Nombre de personnes** : de plusieurs dizaines à des milliers de personnes

La Recette



Étape 1 : Faire appel à un réalisateur expérimenté dans la captation Live afin de scénariser et scripter en amont les interventions et l'usage des caméras.

Étape 2 : Suivant la complexité de votre Direct il sera peut-être nécessaire de mettre en place un schéma technique de votre dispositif de captation son et image.



Étape 3 : Positionner avec soin les caméras et éléments de prise de son ainsi que la régie audiovisuelle et les stations d'encodage, de diffusion en webcasting.

Étape 4 : Réaliser un ensemble de tests et réglages de la connexion, du son, de l'image et des enchaînements de réalisation plusieurs heures en amont du Direct.



Étape 5 : En présence de l'équipe technique et de l'animateur faire un filage des différentes interventions, en suivant le script minuté de l'ensemble du Direct.

Étape 6 : Inviter vos employés ou clients à assister à la conférence filmée en direct, afin qu'ils puissent relayer les images sur les réseaux sociaux et augmenter ainsi la portée du direct...



Consommé de webinars frais ou réchauffés

Vous cherchez à maintenir l'intérêt de vos publics cibles pour votre nouveau produit ou service.

Vous voulez inciter vos clients ou vos employés à utiliser un nouveau logiciel. **Les rendez-vous réguliers par le biais de webinars d'une heure environ sont sans doute une recette "maison" très qualitative et efficace pour solliciter l'attention de vos collaborateurs ou clients.** Ils ont en plus l'avantage d'être consommables "frais" ou "réchauffés".



INGRÉDIENTS

- Un outil du type ScreenCast installé sur votre navigateur Internet pour réaliser des captures d'écrans en direct
- Une plateforme de publication capable de gérer le basculement entre capture d'écran et caméra principale
- Un Picture-in-Picture, voire plusieurs simultanément dans le cas où plusieurs intervenants s'expriment à distance
- Un module de replay du webinar pour les personnes n'ayant pu assister au direct

- **Durée** : Quelques jours
- **Difficulté technique** : Débutant
- **Nombre de personnes** : 100 personnes et plus

La Recette



Étape 1 : Un emailing dans lequel il est proposé de répondre en direct à une question concrète que se posent vos collaborateurs, prospects ou clients.

Étape 2 : Vous promettez de répondre en direct à toutes leurs questions autour de cette problématique en les aidant visuellement à naviguer dans le service ou le fonctionnement du produit.



Étape 3 : En vidéo principale, capter le(s) intervenant(s) du webinar, tandis que le logiciel de ScreenCast capture votre navigation sur ordinateur et qu'un chat récolte les questions du public.

Étape 4 : Streamer les vidéos en direct sur Internet ou Intranet, puis les mettre à disposition en replay sur une page web dédiée aux webinars.

Astuce : Il est aussi possible de réaliser le webinar par avance et de simuler ensuite une diffusion en direct.



Filets de MOOC sur lit de vidéo

Vous cherchez un moyen simple pour dynamiser votre stratégie RH, sensibiliser vos clients et prospects à vos compétences et méthodes de travail.

Les plateformes de formation en ligne de type MOOC sont à portée de main.

Grâce au Video Learning, vous pouvez même aller plus loin en favorisant **la formation à des processus métier et une transmission simple des savoir-faire entre vos collaborateurs.**

INGRÉDIENTS

- Un plan de formation interne à votre entreprise basé sur l'apprentissage **en présentiel et par le biais du "Vidéo Learning"**
- Un parcours de formation en ligne dont le storytelling aura été pensé en amont du tournage
- **Un dispositif de production simple et efficace avec une caméra et éventuellement du motion graphic design en incrustation sur un fond vert**
- **Une plateforme d'édition richmedia et interactive afin de proposer aux apprenants d'interagir de manière synchrone avec les vidéos**
- Un tableau de bord en ligne mesurant le niveau d'engagement en matière de visionnage des contenus vidéo et des médias interactifs
- **Un outil en ligne de validation individualisée des acquis de connaissances**

- **Durée** : 3 à 6 mois suivant l'ambition pédagogique de votre MOOC vidéo
- **Difficulté technique** : Débutant
- **Nombre de personnes** : 100 personnes et plus

La Recette



Étape 1 : Faites un storyboard de votre formation vidéo. Définissez les sujets qui seront tournés, leurs formats (plans fixes sur fonds verts, reportages, plateau) et scénarisez la validation des connaissances via des parties interactives entre les séquences vidéo.

Étape 2 : Mettez en place un workflow et un planning de production des contenus de formation.



Étape 3 : Filmez chacun des formateurs ou acteurs qui vont mettre en scène les connaissances. Il est conseillé de réaliser des essais préalables, afin de vérifier en condition réelle que la mécanique éditoriale fonctionne entre les parties linéaires et les parties interactives.

Étape 4 : Utilisez un outil d'édition simple qui permette à chaque formateur de monter et synchroniser les séquences avec des slides ou des quiz.



Étape 5 : Donnez à chaque formateur l'accès au tableau de bord de l'audience à sa formation et à la progression des apprenants au sein de son module de visualisation.



Tapas à la plancha en affichage dynamique

La vidéo est **un outil puissant de marketing** pour améliorer les pratiques commerciales de vos équipes et informer vos clients sur le lieu de vente ou dans un espace public.

Nous vous donnons ici la recette pour afficher des messages vidéo au design attractif et pouvant être adressés de manière très ciblée dans les lieux publics.



INGRÉDIENTS

- **Un outil d'édition richmedia pour exploiter tous vos contenus de manière linéaire et interactive**
- Un outil de design d'écran avec des templates dynamiques multi-zones
- **Une médiathèque contenant des médias divers (photos, vidéos, présentations...).**
- Un outil de programmation de Playlists vidéo
- Un décodeur matériel qui préserve la qualité de visionnage quelle que soit le niveau connectivité
- **Une API pour une parfaite intégration avec les solutions de vidéos existantes**
- **Un outil de monitoring technique de la qualité vidéo et des diffusions**
- Un outil d'analyse d'audiences complet et personnalisable
- **Une plateforme de publication fiable et sécurisée pour assurer la continuité de service**

- **Durée** : Quelques jours à plusieurs mois selon les contraintes réseaux
- **Difficulté technique** : Expert
- **Nombre de personnes** : Plusieurs centaines ou milliers de personnes passant chaque jour devant vos écrans

La Recette



Étape 1 : Faites l'inventaire des médias déjà disponibles au sein de votre organisation.

Étape 2 : Adaptez le storytelling de vos vidéos à votre public cible : du simple tutoriel au clip en motion design.



Étape 3 : Dans le cas de l'usage d'écrans tactiles, utilisez un outil d'édition permettant d'intégrer des points d'interactivité, c'est une incitation supplémentaire à l'engagement.

Étape 4 : Installez des boîtiers de réception assurant un affichage homogène des contenus quelle que soit la connectivité de vos lieux de diffusion.



Étape 5 : Réalisez un test de diffusion grandeur nature à partir d'une boucle expérimentale de programmes.

Étape 6 : Programmez vos publications suivant un ordre et des horaires convenant le mieux à vos publics cibles.

Étape 7 : Adressez des contenus spécifiques suivant les zones géographiques afin de suivre au plus près les habitudes de vos audiences.



Kyrielle de webTV sur lit d'Intranet



La communication audiovisuelle est déjà bien installée au sein de votre organisation sur Internet et dans votre réseau interne.

Vous disposez sur votre Intranet de plusieurs webTV diffusées au sein d'applications différentes, dédiées à la communication, au marketing, aux ressources humaines ou à la formation.

La publication d'un tel ensemble de chaînes ne va pas de soi. **Elle nécessite des ingrédients solides, comme une API et un CDN Intranet sur-mesure.**

INGRÉDIENTS

- **Un outil d'analyse de la consommation vidéo liée aux processus métiers existants**
- Un audit de la montée en charge de l'usage vidéo au sein de votre organisation
- **Un audit de la sécurité et des protocoles d'accès restreints aux vidéos de vos chaînes**
- **Une analyse des capacités de votre réseau afin de mesurer les possibilités d'absorption de la bande passante vidéo et proposer des stratégies de résolution**
- **Une plateforme de diffusion vidéo sur Intranet, qui s'adapte à votre infrastructure réseau et votre Système d'Informations**
- Un outil d'analyse de la qualité du visionnage des vidéos de vos différentes chaînes

- **Durée** : Plusieurs mois, dépend des contraintes de votre intranet
- **Difficulté technique** : Expert
- **Nombre de personnes** : Tous les services de l'entreprise

La Recette



Étape 1 : Faites un audit de la consommation actuelle et à venir des vidéos diffusées au sein de votre organisation et à l'extérieur. Évaluez la montée en charge de l'usage vidéo au sein de votre organisation.

Étape 2 : Dimensionnez votre architecture intranet et mettez en place des ressources Internet adaptées à l'évolution court, moyen et long terme de votre communication audiovisuelle.



Étape 3 : Envisagez toutes les possibilités, y compris celle d'utiliser des ressources externes du type cloud public pour vos communications externes.

Étape 4 : Réalisez un Proof of Concept (POC) sur un contenu et un temps limité, dans les conditions réelles d'utilisation.

Étape 5 : Définissez un CDN adapté au niveau de qualité et aux zones géographiques de vos publics dans l'Intranet ou via l'Internet.

Étape 6 : Implémentez l'ensemble des chaînes en ayant un système de monitoring technique permettant de repérer en temps réel les pannes des terminaux de diffusion.



Étape 7 : Intervenez à distance, en cas de panne, en ayant un accès complet et sécurisé à l'ensemble de l'architecture de diffusion.



Farandole de Médiathèque en verrines

En tant qu'organisation, vous avez une histoire et un patrimoine audiovisuel qu'il convient d'archiver et de valoriser en suivant la stratégie de la longue traîne.

Ainsi, après avoir trouvé une première fois leur audience, **vos contenus audiovisuels pourront toucher un public régulier sur le long terme.**

Pour ce faire, **il faut s'appuyer sur une plateforme numérique intelligente, capable de classer et retrouver facilement vos contenus, mais aussi de les rééditer afin de leur donner une seconde vie.**



INGRÉDIENTS

- Des systèmes d'encodage pour l'archivage des médias images et sons, afin d'assurer la pérennité des codecs et des métadonnées
- Une plateforme d'archivage audiovisuelle proposant une indexation de vos contenus suivant des critères sémantiques précis
- Une solution d'Intelligence artificielle basée sur des algorithmes apprenants de reconnaissance d'images pour faciliter le travail de recherche et favoriser ainsi la réutilisation des archives
- Un système d'archivage préservant les formats natifs pour disposer des conformités légales exigibles et garantir la préservation du fond audiovisuel

- **Durée** : Plusieurs mois à plusieurs années selon la profondeur de la médiathèque
- **Difficulté technique** : Expert
- **Nombre de personnes** : Des centaines ou milliers de personnes sur le long terme

La Recette



Étape 1 : Faites l'inventaire des contenus photos et vidéos à archiver et des critères de classement de ces archives.

Étape 2 : Choisissez une plateforme technique et un processus de versement des contenus à archiver à l'intérieur de votre médiathèque.



Étape 3 : Analysez le cycle de vie de vos archives et mettez en place une méthodologie d'accès et d'exploitation suivant la variété d'usage (dossier de presse, remontage de séquences vidéo).

Étape 4 : Classez de manière automatique les archives en fonction de critères sémantiques et d'images clés (personnalités connues, thématiques spécifiques...).



Étape 5 : Enrichissez les métadonnées des contenus présents dans votre médiathèque en fonction de nouveaux besoins qui voient le jour au fil du temps.

Étape 6 : Editorialisez votre fond d'archives en proposant une offre diversifiée et adaptée.



Méli-mélo visio-vidéo sauce WebRTC

A l'heure de l'évolution des normes web (W3C, IETF) **les solutions de discussions vidéo de groupe en ligne sont accessibles à partir d'un simple navigateur internet.**

Elles sont conviviales et compatibles avec les nouveaux navigateurs supportant WebRTC pour vos ordinateurs et smartphones.

INGRÉDIENTS

- **Une interface simple pour envoyer des invitations et converser avec des utilisateurs distants**
- Une application en ligne permettant de voir et dialoguer avec un ou plusieurs interlocuteurs en mode PiP
- **Une application pour partager des écrits, photos, présentations à distance et chatter**
- **Une technologie de communication vidéo du type WebRTC moderne et compatible**

- **Durée** : Quelques minutes
- **Difficulté technique** : Facile
- **Nombre de personnes** : de 2 à 10 personnes

La Recette



Étape 1 : Envoyer des invitations aux personnes avec lesquelles vous voulez converser en visio-conférence.

Étape 2 : Les invités créent un compte sur la plateforme de visio-conférence.



Étape 3 : L'animateur qui a ouvert la salle virtuelle envoie automatiquement l'URL de la salle par courriel aux autres participants.

Étape 4 : Les participants peuvent accéder à la réunion en tant qu'invités, dès qu'ils reçoivent l'autorisation du modérateur.



Étape 5 : Le moment venu chaque participant peut aussi partager des présentations et chatter .

Étape 6 : Après la session, vous pourrez consulter les échanges en allant sur la page replay.





The background features a pattern of orange 3D cubes. The cubes are arranged in a way that creates a sense of depth and movement, with some cubes appearing to be stacked or falling. The pattern is most dense on the left side and becomes sparser towards the right.

Les suggestions du chef



Travail d'équipe en cuisine

En amont de la mise en place de votre communication, organisation de brigades de service de co-création avec les différents services (Communication, DSI, RH...) concernés.

Car, le jour J, lors d'un direct, d'un webinar ou d'un MOOC, chacun doit trouver sa place et s'adapter au mieux aux événements en étant à l'aise dans son rôle.

Coup de main créatif pour le Live

Une captation vidéo, surtout lors d'un direct, demande un savoir-faire qui tient autant de la compétence technique que de l'expérience de l'adaptation à l'imprévu.



N'hésitez pas à demander l'aide d'un professionnel aguerri pour produire votre conférence, émission, webinar... et assurer les différents services en salle.



Réutiliser ses vidéos dans différents contextes

Produire une vidéo demande une énergie et des moyens considérables, même si les outils de production de qualité, sont devenus plus abordables.

Il est donc impératif de réutiliser au maximum les vidéos que vous produisez dans différents contextes de diffusion, afin de leur donner le plus d'écho possible.

Relever le goût de ses Vidéos



Vis à vis d'un public BtoB, la vidéo est un bon moyen de tester le niveau d'engagement de ses prospects ou clients.

N'hésitez pas à utiliser des points d'interaction à l'intérieur des vidéos pour renforcer l'achat ou l'engagement de votre public.



Une alimentation équilibrée



Au coeur de votre stratégie de communication, il est important d'avoir une vision globale de l'impact des vidéos que vous produisez.

Pour cela vous devez disposer d'une plateforme de publication intégrée permettant d'agrèger vos audiences et d'avoir une vision claire de l'efficacité de votre communication audiovisuelle.



Une technique ouverte et évolutive



La communication audiovisuelle fait partie intégrante du numérique aujourd'hui et de ses disruptions permanentes.

De nouvelles solutions apparaissent constamment. C'est pourquoi il est essentiel de choisir une plateforme de publication souple et professionnelle, disposant d'une API ouverte et des meilleures technologies.



Les **outils**
empreinte
*pour être sûr de **réussir vos plats !***

Bien entendu les bons petits plats audiovisuels dont nous vous avons donné la recette sont réalisables à l'aide de la plateforme numérique que propose un partenaire comme **empreinte.com**

Vous y trouverez l'ensemble des outils nécessaires à la réussite de votre stratégie audiovisuelle.

Éditer



Des outils simples et évolutifs pour éditer vos vidéos en ligne, les enrichir d'autres médias de manière synchronisée, **susciter l'engagement de votre public**, y compris international grâce à un système de sous-titre particulièrement performant.

Capter

Des outils permettant de capturer des **événements en direct** pour alimenter votre webTV ou réaliser des webinars et ce dans différentes langues simultanément.



Mesurer



Des outils
pour **connaître votre audience**
jusqu'aux parcours individuels de
chacun au sein de vos contenus et
certifié jusqu'à des parcours
de formation en vidéo learning.



Programmer

Des outils ergonomiques
pour générer des contenus animés
à partir de différents médias et les
programmer en vue de
formations dynamiques.

Visualiser



Des outils pour assurer une
qualité de visionnage
en toutes circonstances sur des
réseaux Internet, intranet, sur des
terminaux mobiles ou des écrans
d'affichage dynamique.

360

WEBINAR

Web TV

MOOC

Digital workplace

live



empreinte.com
INNOVATIVE VIDEO SYSTEM

empreinte.com
8 Passage Brûlon
75012 Paris
+33 (0) 158 700 700
info@empreinte.com