

# 6 CONSEILS POUR RÉALISER UNE VIDÉO PERCUTANTE ET VIRALE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Pour séduire votre communauté, il est nécessaire de respecter quelques critères pour transmettre un message en vidéo qui marquera les esprits.

## QUEL MOMENT, QUEL ENDROIT ?

Avant de diffuser sa vidéo, il est important de savoir sur quel réseau on veut la poster. L'intérêt va être de bien cibler son public et de s'informer des caractéristiques de chaque réseau social. Il ne faut pas chercher à être présent de partout. Au contraire, il vaut mieux en choisir trois et bien les maîtriser.

Facebook, Instagram, Twitter, YouTube ou encore LinkedIn... Chaque réseau social a ses propres codes. Soyez audacieux et penchez-vous sur les heures de grandes audiences pour poster votre vidéo.

## AUTHENTICITÉ ET ÉMOTIONS

L'émotion joue un rôle central dans la mémorisation de votre vidéo : la surprise, la peur, la nostalgie, la compassion, le rire... Il faut susciter des émotions fortes pour développer l'empathie chez le public.

De plus en plus, les marques privilégient le storytelling. Pour le public, l'histoire est plus importante que le produit. Les contenus trop promotionnels ne séduisent pas les internautes, ils n'hésitent pas à quitter rapidement la vidéo. Exemples : la création de votre entreprise, la relation forte avec vos partenaires, avec vos employés...

Il est tout à fait possible d'inventer une histoire en optant pour un récit qui relate le triomphe d'un individu sur des difficultés qui semblaient insurmontables.

## DU CONTENU DE QUALITÉ

Privilégiez un contenu de qualité, qui va à l'essentiel afin de ne pas perdre l'attention de votre cible. Dirigez-vous vers des contenus éducatifs, donnant des astuces ou encore des conseils. La vidéo sera bien plus efficace et répondra aux besoins de la cible. Par exemple, Leroy Merlin a un contenu orienté vers le client avant tout en proposant des tutoriels qui répondent à des besoins précis.

## PRIVILÉGIEZ LES VIDÉOS COURTES...

Captez l'attention dès les cinq premières secondes. Une vidéo courte et percutante permet de promouvoir rapidement votre marque, le message essentiel doit être délivré dès le départ pour séduire le client potentiel.

Retenez que les formats courts sont les plus appréciés (entre 30 secondes et 1mn30). Pour que votre vidéo soit efficace, vous pouvez également adapter la durée des vidéos, selon chaque réseau social. Sans cela, vous aurez beaucoup moins de chance de générer de l'engagement.

## ...AVEC LE BON FORMAT

Le format vidéo verticale est de plus en plus mis en avant sur les réseaux sociaux. La raison est simple : les vidéos sont regardées majoritairement sur smartphone et donc à la verticale, un format adapté à la tendance « story ».

Le format carré (1 : 1) peut aussi être un bon compromis (adapté au format portrait et au format paysage), votre vidéo sera lue de la même manière.



## AJOUTEZ DES SOUS-TITRES

Souvent, les internautes regardent les vidéos dans des lieux public (transports en commun, salles d'attente...). « 85% des vidéos sur Facebook sont regardés sans son » (Digiday). Pour ne pas déranger les autres, l'individu va activer le mode silencieux.

De plus en plus sur les réseaux, les vidéos se lancent automatiquement sans le son activé, juste avec des sous-titres. Donc si vous n'avez pas de sous-titres, vous aurez beaucoup plus de mal à capter l'attention de votre internaute, ce qui de fait, réduit l'engagement.