

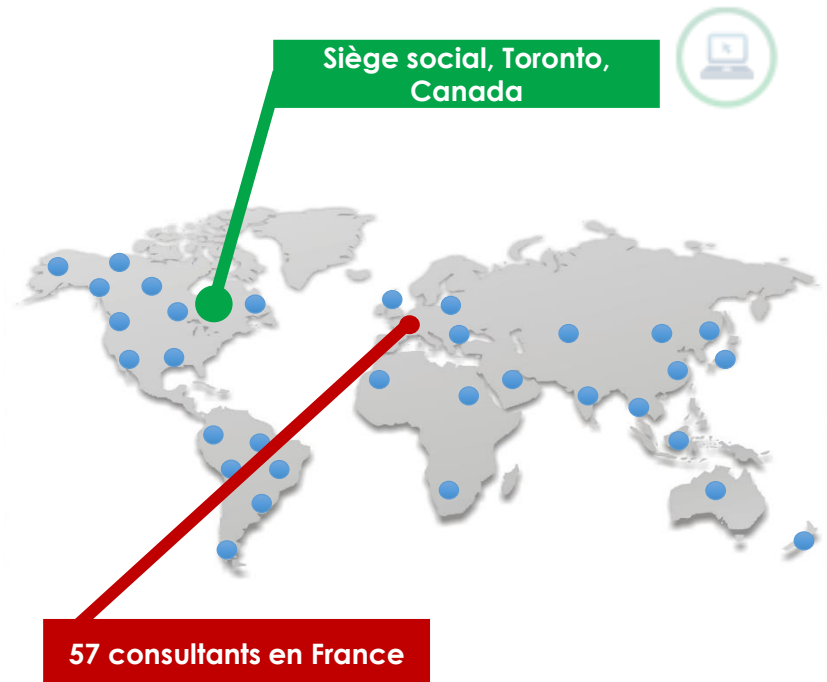
DIGITAL MINDS

12 Clés pour Développer votre Business
sur le Web

Chapitre 9, Ne passez pas à côté du marketing vidéo

WSI – We Simplify the Internet

- **Leader mondial** en Stratégie Marketing sur Internet
- Présent dans plus de **80 pays** avec plus de **1000 Consultants**
- Clients : **petites et moyennes entreprises**
 - Définition et mise en œuvre des stratégies Internet depuis presque 20 ans



Livre Digital Minds

- Véritable **mine d'or** en matière de conseils en digital
- Rédigé par **16 spécialistes du marketing digital** du réseau WSI qui conseillent et accompagnent leur client PME et grandes entreprises
- Aperçu de la **force et de l'expertise** du réseau WSI



Chapitre 9, Ne passez pas à côté du marketing vidéo

C'est en 2005 que le **marketing vidéo** naît avec l'apparition de YouTube.com un média très efficace :

- Plus d'**un milliard de visiteurs uniques** chaque mois,
- Plus de **4 milliards d'heures de vidéo** visionnées chaque mois,
- Implanté dans **53 pays** et disponible dans **61 langues**,
- C'est le **plus grand moteur de recherche** après Google

La **vidéo** permet de présenter vos produits et services, aider vos clients à faire un choix, améliorer votre référencement dans les moteurs de recherche... C'est une réalité : une **vidéo multiplie par 53** la probabilité de se trouver **en 1ère page des résultats Google!**



Chapitre 9, Ne passez pas à côté du marketing vidéo

Créez votre première vidéo

La clé est de proposer une vidéo originale et non un spot publicitaire, peu apprécié des consommateurs, afin de capter l'attention des internautes.

- La vidéo doit **répondre aux questions** que se pose le visiteur pour qu'elle devienne un allié précieux dans la prise de décision.
- Le site **Uber Suggest** répertorie les questions les plus courantes posées sur les moteurs de recherche.
- Elle doit fournir des **informations précieuses** qui vous positionnent en tant que spécialiste, sans pour autant montrer qu'il s'agit d'une publicité.
- On peut ajouter à la fin de la vidéo un lien pour qu'ils puissent vous contacter et d'autres informations permettant à votre public de rester en contact avec vous.

Chapitre 9, Ne passez pas à côté du marketing vidéo



Rendez votre vidéo accessible

Une fois la vidéo réalisée, il ne reste plus qu'à la faire découvrir au monde entier. Voici quelques conseils non exhaustifs pour donner un maximum de visibilité à vos vidéos.

- Intégrez votre vidéo à votre **site web** pour générer du trafic
- Partagez-la sur les **réseaux sociaux** pour attirer les fans et les personnes qui vous suivent
- Diffusez la par **e-mail** via votre newsletter
- Réalisez une **publicité vidéo** en apparaissant dans les liens sponsorisés de YouTube sur la page de recherche
- Jouez sur le **référencement naturel** pour faire apparaître la vidéo en première page sur Google : nom de fichier avec les bons mots-clés, balises méta (titre, description et balise), repérage social (diffuser vos vidéos sur les réseaux sociaux pour indiquer aux moteurs de recherche que votre vidéo est populaire),...

Chapitre 9, Ne passez pas à côté du marketing vidéo

Gérez votre image de marque

Une autre manière de valoriser des vidéos consiste à diffuser des **témoignages**. Ils renforceront l'image de votre marque et accroîtront vos conversions.



Ayant **davantage d'impact** que les témoignages écrits, ils s'adressent principalement aux **émotions des internautes**. Il forgent **une image** et permettent **plus de crédibilité**. Les témoignages vidéo vous aideront à obtenir un **bon référencement naturel** sur Google pour une requête sur le nom de votre entreprise.

Chapitre 9, Ne passez pas à côté du marketing vidéo



Mesurez les résultats de vos campagnes

Il est primordial de mesurer les résultats pour améliorer vos campagnes, réduire vos coûts et accroître votre retour sur investissement via l'outil d'analyse de YouTube. Les indicateurs de performance à regarder attentivement sont les suivants :

- **Vues** : nombre total de vues pour les données sélectionnées
- **Estimation du nombre de minutes regardées** : estimation, en minutes, du temps total de visionnage de votre/vos vidéo(s) par votre public.
- **Origine du trafic** : comment trouvez-vous votre vidéo ?
- **Données démographiques et géographiques** : qui regarde votre vidéo et où sont situés les internautes ?
- **Fidélisation du public** : capacité de vos vidéos à retenir leur public.

Chapitre 9, Ne passez pas à côté du marketing vidéo

Les autres conseils intéressants abordés dans ce chapitre

- Les orientations utiles pour une campagne vidéo réussis
- Comment créer une vidéo virale.



Chapitre 8, Les réseaux sociaux professionnels

Le franchisé à l'origine de cet article

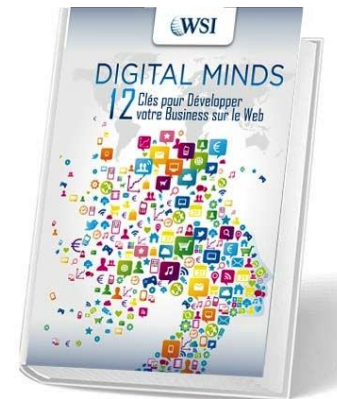


**Baltej Gill ,
Consultant WSI**

Canada

LinkedIn™

ca.linkedin.com/in/socialmediaconsultant



ACHETEZ CE LIVRE SUR AMAZON

Vous souhaitez rejoindre un réseau d'entrepreneurs ?

WSI ouvre ses portes à des **entrepreneurs motivés** à la recherche d'un **business model éprouvé** pour développer leur business.

www.wsi-franchiseb2b.fr

JE SOUHAITE RECEVOIR LE KIT D'INFORMATION SUR LA FRANCHISE