



InfoSocioFinancement

CONSEILS de nos PARTENAIRES

Pour une vidéo de campagne réussie



par Mathieu Chevalier

Vidéaste spécialisé en réseaux sociaux

Quelques trucs pour vous aider à concevoir une vidéo de campagne qui saura captiver et engager votre audience.





Avec un taux de succès de 50% comparativement à 30% pour les campagnes sans vidéos, un support vidéo semble un impératif dans votre campagne. Voici des éléments clés de réussite !

1. Analysez

Écoutez plusieurs vidéos de campagnes de sociofinancement. Qu'est-ce qui fonctionne et qu'est-ce qui fonctionne moins bien? Faites une liste de vidéos que vous trouvez inspirantes et faites ressortir les éléments communs à ces vidéos. Cela vous donnera une idée de l'ambiance et de la direction à prendre avec la vôtre.

2. Préparez-vous.

À moins d'avoir l'habitude d'improviser, évitez de le faire. Écrivez plutôt un scénario et pratiquez-le à quelques reprises afin que vous soyez aussi préparé que possible lors du tournage. En étant bien préparé, vous sauvez du temps et le tournage se déroulera mieux pour tout le monde impliqué.

3. Authenticité et transparence

Soyez vous-mêmes! Idéalement votre auditoire doit pouvoir s'identifier à vous, à votre passion et à votre histoire. Gardez en tête que vous devez faire une excellente première impression. Prenez soin de votre apparence et de votre présentation.

4. L'amorce

Soyez conscients que les internautes qui visionnent des vidéos ne sont pas très captifs, ce qui signifie qu'il faut accrocher leur attention dès les 10-15 premières secondes afin de leur donner le goût de visionner la vidéo jusqu'au bout. Tentez de trouver une excellente accroche à placer dès les dix premières secondes. Vous pourriez par exemple exposer un problème auquel votre auditoire s'identifiera et pour lequel votre projet présente une solution. **Misez sur une émotion, une histoire, ceci dans l'esprit de la communication narrative.**



5. Appel à l'action

Demandez directement le support de votre auditoire et expliquez pourquoi vous avez besoin de celui-ci et comment vous dépenserez l'argent amassé. À la fin de la vidéo, vous pouvez indiquer les prochaines actions que vous désirez que vos contributeurs entreprennent. Par exemple, invitez les gens à aller visiter le site web de la campagne de sociofinancement, à partager et à faire connaître celle-ci, etc... **Il doit y avoir un appel à l'action clair.** N'oubliez pas de les remercier!



5. Durée

Idéalement votre vidéo devrait durer de 90 à 120 secondes. Si vous avez besoin de plus de temps pour expliquer votre projet, nous vous suggérons de produire une seconde vidéo et d'inviter votre auditoire à aller visionner celle-ci. Vous pouvez aussi inclure les détails dans le texte qui accompagne votre campagne sur la plateforme choisie. **Essayez de dire plus avec moins.** Pensez à utiliser des images, des animations des diagrammes.

6. Matériel

La qualité d'image que produit un téléphone intelligent peut être amplement suffisante pour faire une excellente vidéo. Je vous conseille fortement l'utilisation d'un trépied afin d'obtenir une image stable. Je vous déconseille d'utiliser le microphone intégré au téléphone. Un son de mauvaise qualité : ça ne pardonne pas ! Vous pourriez utiliser un micro-cravate fait spécialement pour les téléphones intelligents afin d'obtenir un son de meilleure qualité.



Si vous ne disposez pas d'un matériel d'éclairage, vous pouvez utiliser l'éclairage naturel du jour. Pour le montage, utilisez des logiciels faciles d'utilisation tels *Imovie*, *Movie Maker*, *Adobe premier pro*, *GIMP* pour le traitement d'image.

7. Musique

Il est important d'utiliser une pièce musicale libre de droit ou dont vous disposez des droits. Il existe plusieurs sites offrant des pièces musicales que vous pouvez utiliser dans une vidéo promotionnelle. Sur la plupart vous devrez payer un coût raisonnable pour la licence et quelques-uns offrent des licences gratuites.

Assurez-vous de lire les détails de la licence, surtout si vous utilisez une pièce gratuite. Elles pourraient vous demander d'intégrer un crédit aux artistes. Vous pouvez trouver d'excellentes pièces musicales gratuites et libres de droit sur [Free Music Archive](#)

8. Diffusez!

Passez le mot : la vidéo ne sera pas le médium en soi. Il est important de parler et de faire la promotion le plus possible de sa vidéo afin de profiter l'effet boule de neige du bouche à oreilles. **Pensez à une stratégie de diffusion de la vidéo est une partie importante de votre plan de marketing.**

MATHIEU CHEVALIER
LE VIDÉASTE SOCIAL

