Mettre en place et réussir sa stratégie de vidéo marketing

Environnement digital - webmarketing - 2025

En résumé

Aujourd'hui, le format vidéo prédomine sur le web et les réseaux sociaux. Le client est hyper-connecté, mobile et plébiscite ce contenu vidéo.
Mettre en place une stratégie de vidéo marketing vous permettra de booster l'efficacité de votre communication digitale.

400 €

Net de taxe par personne

N15 VIDEOMARK 20-C23

1 jour, soit 7 heures

Objectifs :

Comprendre les enjeux.
Définir une stratégie de vidéo marketing.
Maitriser les étapes de cette stratégie.
Savoir choisir et adapter le contenu des vidéos.

Prérequis :

Aucun prérequis n'est nécessaire pour suivre cette formation.

Participants :

Responsable marketing ou communication, community manager.

Effectifs :

L'effectif maximum est de 12 personnes.

Intervenants :

Formation animée par un consultant formateur, spécialisé dans le domaine du webmarketing et de l'environnement digital.
Tous nos consultants formateurs répondent aux normes exigées par notre système qualité.

Dates et villes

Grenoble - 04 76 28 29 28

Sessions à venir - Nous contacter

Le contenu

5 - 7 Place Robert Schuman - 38000 Grenoble - France
T. 04 76 28 29 28 - F. 04 76 28 29 78 - cciformation@grenoble.cci.fr
www.cciformation-grenoble.fr
Siret : 183 830 017 00236 - Code NAF : 8532Z

1. Pourquoi mettre en place une stratégie de vidéo marketing ?

La vidéo s'inscrit dans une démarche marketing :

Les 3 étapes d'une démarche marketing : diagnostic, marketing stratégique, marketing opérationnel.
L'importance d'être bien positionné sur Internet lors de la recherche des internautes.
Les résultats chiffrés des retours des stratégies vidéo.

2. Comment intégrer la vidéo dans sa stratégie de communication ? Sur quels sujets ?

Les objectifs pour votre stratégie vidéo : informer, communiquer, recruter, vendre.
Méthodologie : prendre en compte le parcours d'achat de vos clients.

Le type de contenu en fonction de la cible et de là où elle se trouve dans le parcours d'achat :

Phase prise de conscience : vidéos éducatives, vidéos qui montrent une solution à leur problème.
Phase de considération : vidéos témoignages clients, cas clients, vidéos produits.
Phase de fidélisation : vidéos sur les valeurs de l'entreprise ...

3. Proposer un message qui corresponde aux attentes de sa cible

Les fiches buyer persona.

4. Atelier de mise en pratique

Trouver des sujets pour des vidéos entreprise basés sur vos buyer persona avec un texte de présentation pour un post et un CTA pertinent.

5. Les étapes d'une stratégie de marketing vidéo

Script, montage vidéo, hébergeur, calendrier de parution.

6. Mesurer la performance d'une campagne de marketing vidéo

Méthodes, moyens et suivi

Méthodes pédagogiques et moyens techniques

La méthode pédagogique proposée est active, favorisant la participation et l'implication de chaque participant, ainsi que les échanges au sein du groupe (alternance de tours de table, apports théoriques, étude et validation de documents).
Discussions et échanges sur les pratiques.
Alternance de courts exposés théoriques et d'applications pratiques.

Moyen d'appréciation de l'action

Le stagiaire est soumis à des mises en situations, des exercices pratiques, des analyses de ses pratiques dans une pédagogie active et participative permettant un contrôle continu de sa progression et du développement de connaissances et de compétences acquises conformément aux objectifs visés.

Une évaluation des acquis sera réalisée pendant ou en fin de formation par le formateur. Elle permettra d'attester de l'acquisition des compétences par le stagiaire à l'issue de la formation.

Suivi de l'action

Lors de l'exécution de la formation, une feuille de présence par demi-journée devra être signée par le stagiaire.

Accessibilité

L'inscription à cette formation est possible jusqu'à 48 heures avant le début de la session.

Nos locaux sont accessibles aux personnes à mobilité réduite. Dans le cadre de la charte H+, CCI Formation est un relais auprès des acteurs du handicap pour répondre le mieux possible à votre demande de formation. N'hésitez pas à prendre contact avec notre référent pour que nous étudions votre demande.