

OLIVIER JUPRELLE

# CRÉER DES VIDÉOS QUI VENDENT

58+ IDÉES FACILES ET  
PERCUTANTES

# CREER DES VIDEOS QUI VENDENT

## 58+ IDÉES FACILES ET PERCUTANTES

### Développer son autonomie

*“Quand un homme a faim, mieux vaut lui apprendre à pêcher que de lui donner du poisson”*  
Confucius

Vous avez téléchargé ce mini guide, c'est donc que vous avez faim ! Et vous avez bien raison, **la vidéo est la méga tendance et ce n'est pas prêt de s'arrêter**. Dans un monde internet où les gens meurent en silence noyés par le bruit c'est le meilleur moyen de capter l'attention, de vous connecter à l'autre et de faire passer votre message. Le but de ce guide est de **vous aider à créer du contenu accrocheur de manière autonome**. J'ai travaillé comme guitariste professionnel pendant plus de vingt ans (ça ne me rajeunit pas !). J'ai donc connu l'avant et l'après internet et très rapidement compris que l'on pouvait développer une véritable autonomie en ligne. J'ai fait la [couverture de certains magazines](#), [été invité en TV](#). J'ai même été interviewé sur le plateau du JT de la RTBF (télévision nationale belge). “Ca le fait” comme on dit, c'est super pour l'image de marque mais concrètement ce n'est pas ça qui m'a apporté un trafic qualifié. Les médias ratissent tellement large qu'il est impossible d'intéresser tout le monde. Et puis un jour vous passez en TV et le lendemain c'est fini ! **Sur internet vous pouvez développer votre autonomie, devenir votre propre média, choisir exactement ce que vous partagez**. Vous pouvez vous retrouver directement face aux personnes qui sont intéressées par vos produits et services sans devoir faire appel à une agence de pub et les budgets qui vont avec. Le tout est de bien comprendre comment ça fonctionne pour démarrer directement sur les chapeaux de roue et obtenir des résultats rapidement !

## Pourquoi la vidéo?

Le média qui fonctionne le mieux sur internet aujourd'hui, loin devant les articles de blog, les podcasts et les photos, c'est la vidéo. Les gens adorent regarder des vidéos et ce n'est pas prêt de s'arrêter :

- **La vidéo représentera 82 % du flux internet** grand public d'ici 2021 (Etude Cisco).
- Mark Zuckerberg, fondateur de Facebook, a déclaré que d'ici 2019 **Facebook allait essentiellement être de la vidéo.**
- YouTube a récemment dépassé les **1,5 milliards d'utilisateurs connectés** par mois et génère un ROI supérieur à la TV dans 77% des cas.
- Près de **50 % des internautes recherchent des vidéos liées à un produit** ou à un service avant la visite d'un magasin. 80 % de consommateurs sont convaincus que les vidéos de démonstration sont utiles pour leurs achats.

La liste est longue mais ce n'est pas le thème de ce guide. Je vous invite à aller lire mon article "[pourquoi la vidéo est incontournable pour votre entreprise](#)". Vous vous rendrez encore plus compte de la puissance du marketing vidéo et n'hésitez plus à investir prioritairement dans la vidéo pour votre entreprise ! Communiquer en vidéo sur internet va donc vous permettre de développer votre chiffre d'affaire. Avec un bon contenu les entreprises peuvent augmenter leurs ventes jusqu'à 35%. N'oubliez tout de même pas qu'**internet c'est avant tout donner beaucoup avant de recevoir**. Ce concept est encore innovant en francophonie mais *c'est ça qui fonctionne*. C'est ça que j'aime aussi. Aider les autres avant toute chose. Si vous ne voulez pas passer pour un marchand de tapis, **il faut proposer un contenu de très bonne qualité qui va véritablement aider vos clients** . Si la vidéo est reine, le contenu est roi.

Vos vidéos vont influencer la manière dont votre entreprise est perçue. Pour ne pas passer pour un amateur, quelques règles de base existant en vidéo :

1. Le son doit être bon
2. La lumière doit être suffisante
3. L'image doit être stable
4. Votre contenu doit retourner la tête de vos spectateurs

Inutile d'investir dans du matériel cher. Un smartphone et quelques accessoires suffisent. Ce guide ayant pour but de vous donner les outils pour créer des vidéos percutantes en se concentrant sur des idées de contenu, je vous invite à aller lire mon article "[améliorer la qualité de vos vidéos](#)" pour en savoir plus sur les accessoires indispensables à avoir avec un smartphone. **On ne vous demande pas de faire du cinéma** mais de communiquer de manière humaine. Soyez attentifs à rassembler les 4 points ci-dessus dans chacune de vos vidéos et tout ira bien !

## Avoir la bonne stratégie

C'est important également d'avoir une stratégie de contenu efficace. Ce n'est pas pour rien que mon blog s'appelle Stratégie Vidéo ! **Une bonne stratégie de contenu vous permettra d'avoir un bon référencement SEO.** Ce référencement va générer un trafic très qualifié avec un taux de conversion élevé et donc plus de ventes. Votre audience sera connectée à votre entreprise, elle vous fera confiance, n'hésitera pas à acheter d'autres produits ou services et à en parler autour d'elle. Il y a également des avantages intangibles : vous allez vous positionner comme un expert dans votre domaine. Vous pourrez montrer tout votre savoir-faire à grande échelle. Vos spectateurs recommanderont vos vidéos pour aider leurs amis à résoudre leurs problèmes qui se tourneront alors vers vos produits ou vos services. Peut-être même qu'ils vous demanderont du coaching !

## Bien calibrer votre promesse

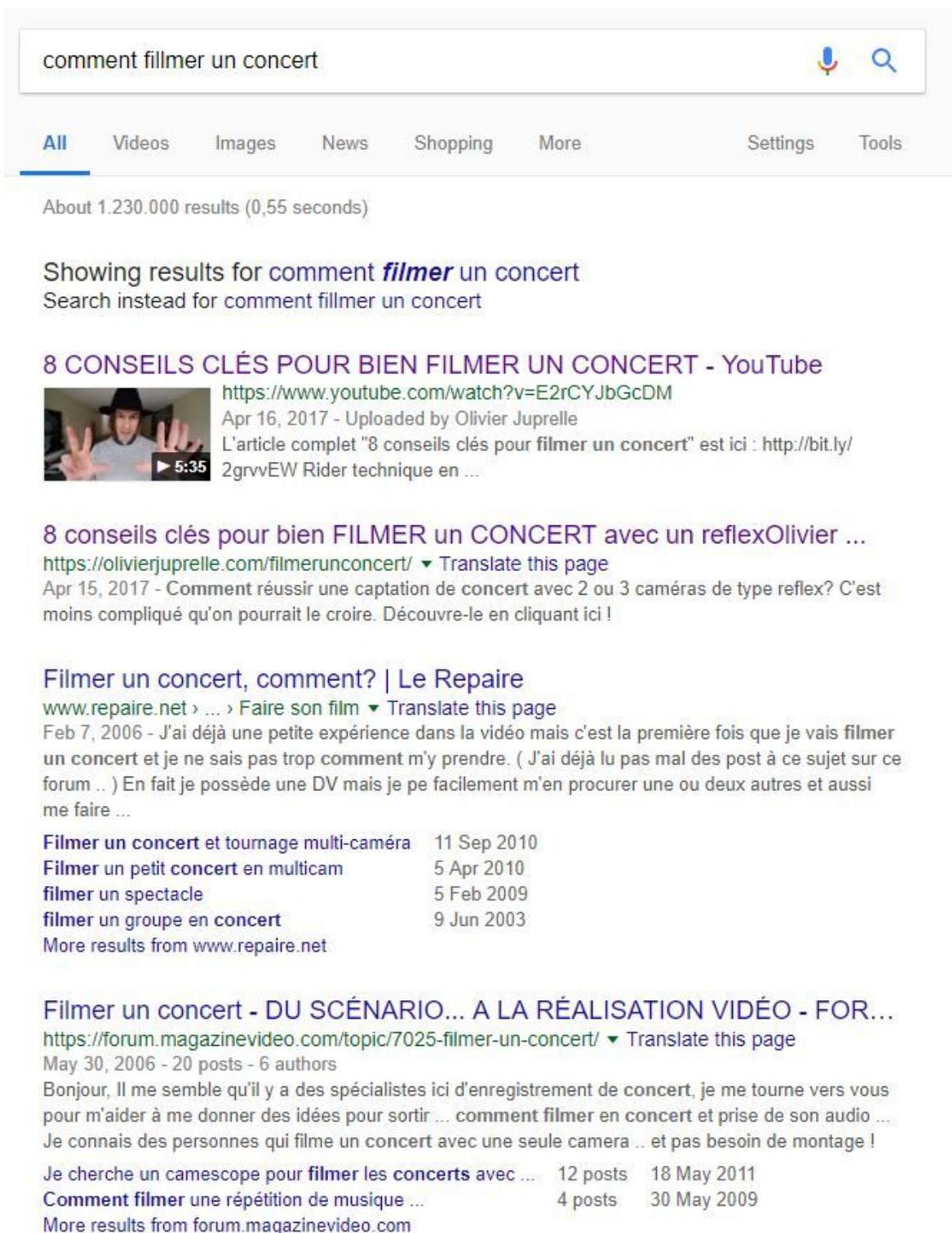
Pour cela vous devez avoir une idée précise de votre niche de marché. A quelle clientèle vous adressez-vous? Que veut-elle réellement? Comment aidez-vous votre prospect à être moins frustré? **Une fois que vous avez une idée précise de votre client idéal, demandez-vous quelle est votre promesse?** Quel bénéfice matériel proposez-vous à votre acheteur? Votre lessive lave-t-elle plus blanc ou conserve-t-elle les couleurs? On ne peut pas promettre de laver plus blanc et en même temps de raviver les couleurs et pourtant c'est de la lessive dans les deux cas! Votre dentifrice rend-t-il les dents plus blanches ou renforce-t-il plutôt l'émail des dents? Votre promesse doit correspondre aux attentes de votre clientèle sans rentrer en concurrence avec une marque déjà bien installée.



## Comment apparaître en première page des résultats de recherche sur Google?

Maintenant que vous avez une idée plus précise de votre prospect type et de votre promesse, nous allons voir comment faire pour que les gens vous découvrent, qu'ils voient que ça les aide et qu'il achètent vos produits et services. Vos vidéos doivent apparaître dans les résultats Google lorsque votre prospect effectue une recherche pour solutionner un problème. Youtube sera votre meilleur allié pour cela. Peu de gens savent que **Youtube est le second moteur de recherche au monde, juste après Google**. Les vidéos ont beaucoup plus de chances d'apparaître en première page des résultats. Pour cela **il faut bien comprendre les frustrations de vos prospects et leur proposer une solution concrète et rapide, idéalement dans une vidéo de 2 minutes**. Vous devez donc parler des sujets qui les intéressent, les attirer avec un titre alléchant et surtout, une fois qu'ils auront cliqué sur votre vidéo, leur proposer un contenu qui leur retourne le cerveau ! C'est à ce moment-là qu'une personne totalement étrangère à vos produits ou à vos services a

des chances de devenir un spectateur régulier de vos vidéos. Pour illustrer cela je vous invite à taper "**Comment filmer un concert**" dans la barre de recherche Google. Vous devriez normalement tomber sur ceci :



comment filmer un concert

All Videos Images News Shopping More Settings Tools

About 1.230.000 results (0,55 seconds)

Showing results for comment **filmer** un concert  
Search instead for comment fillmer un concert

**8 CONSEILS CLÉS POUR BIEN FILMER UN CONCERT - YouTube**

 <https://www.youtube.com/watch?v=E2rCYJbGcDM>  
Apr 16, 2017 - Uploaded by Olivier Juprelle  
L'article complet "8 conseils clés pour **filmer un concert**" est ici : <http://bit.ly/2grvEW> Rider technique en ...

**8 conseils clés pour bien FILMER un CONCERT avec un reflex**Olivier ...  
<https://olivierjuprelle.com/filmerunconcert/> Translate this page  
Apr 15, 2017 - Comment réussir une captation de concert avec 2 ou 3 caméras de type reflex? C'est moins compliqué qu'on pourrait le croire. Découvrez-le en cliquant ici !

**Filmer un concert, comment? | Le Repaire**  
[www.repaire.net](http://www.repaire.net) > ... > Faire son film Translate this page  
Feb 7, 2006 - J'ai déjà une petite expérience dans la vidéo mais c'est la première fois que je vais **filmer un concert** et je ne sais pas trop comment m'y prendre. ( J'ai déjà lu pas mal des post à ce sujet sur ce forum .. ) En fait je possède une DV mais je pe facilement m'en procurer une ou deux autres et aussi me faire ...

<b>Filmer un concert et tournage multi-caméra</b>	11 Sep 2010
<b>Filmer un petit concert en multicam</b>	5 Apr 2010
<b>filmer un spectacle</b>	5 Feb 2009
<b>filmer un groupe en concert</b>	9 Jun 2003

More results from [www.repaire.net](http://www.repaire.net)

**Filmer un concert - DU SCÉNARIO... A LA RÉALISATION VIDÉO - FOR...**  
<https://forum.magazinevideo.com/topic/7025-filmer-un-concert/> Translate this page  
May 30, 2006 - 20 posts - 6 authors  
Bonjour, Il me semble qu'il y a des spécialistes ici d'enregistrement de concert, je me tourne vers vous pour m'aider à me donner des idées pour sortir ... **comment filmer en concert** et prise de son audio ... Je connais des personnes qui filme un concert avec une seule camera .. et pas besoin de montage !

Je cherche un camescope pour <b>filmer les concerts</b> avec ...	12 posts	18 May 2011
<b>Comment filmer</b> une répétition de musique ...	4 posts	30 May 2009

More results from [forum.magazinevideo.com](http://forum.magazinevideo.com)

Une de mes vidéos apparaît en premier directement suivie par mon article de blog. Allez jeter un oeil [à ma chaîne Youtube personnelle](#), vous verrez qu'elle est plutôt modeste. **Le mythe selon lequel il faut avoir une grosse chaîne Youtube pour apparaître en première page est donc complètement faux !** Si ce n'est pas encore fait créez votre chaîne Youtube maintenant !

Ca y est, vous avez publié votre vidéo et vos premiers spectateurs tombent dessus en cherchant une solution à leurs problèmes. Ils apprécient vos vidéos mais il est fort probable, dans la jungle internet, qu'ils ne reviennent JAMAIS sur votre chaîne. Comment faire pour ne pas les perdre? Vous pouvez leur proposer de s'abonner à votre chaîne mais pour cela il faut qu'ils aient déjà une chaîne. En francophonie ce n'est pas encore le cas de tout le monde. Je vous conseille alors de **proposer un bonus gratuit à télécharger en échange d'une adresse email**. Ce bonus doit être un complément à ce que votre vidéo apprend déjà, une manière d'aller plus loin en suivant le fil rouge de votre thématique. Cela peut être un document PDF que vous aurez rédigé ou bien 20 minutes de coaching gratuit sur Skype. A vous de voir. En collectant les emails de vos spectateurs les plus intéressés (puisqu'ils auront téléchargé votre bonus) vous pourrez ainsi continuer à leur envoyer vos nouvelles vidéos chaque semaine. Vous maintiendrez le contact tout en créant une relation privilégiée. Vous allez continuer à les aider à progresser, à apprendre, à avoir moins de frustrations. Petit à petit vous allez pouvoir commencer à **créer du contenu qui parle de vos produits et services** et transformer ces spectateurs engagés en client et, graal absolu pour toute entreprise, en ambassadeurs de votre marque ! On va voir comment dans un instant.

## **Se différencier sur internet**

Il est important de penser à la place de votre marque et de votre contenu au sein de la sphère internet. Comment vous différenciez-vous des autres créateurs de vidéos dans votre niche? Vos vidéos doivent être une référence dans votre domaine, **vous devez donc proposer un meilleur contenu que les autres !** Regardez les vidéos proposées par vos confrères et essayez d'apporter quelque chose en plus en complétant simplement ce qui a déjà été dit ou avec un autre angle. **Vous devez avoir un point de vue différent.** J'ai par exemple décidé d'axer [ma chaîne Youtube personnelle](#) sur la chanson française, un style

musical boudé par les médias dominants et considéré comme ringard. C'est pourtant un savoir-faire local et authentique auquel je crois beaucoup. J'ai décidé d'en faire le pilier de ma chaîne et je propose régulièrement les classiques de la chanson française en version acoustique. Ca marche super bien ! Pourtant je vais à l'exact opposé de la tendance actuelle qui valorise les artistes qui chantent en anglais. Cet angle différencie ma chaîne des autres dans la niche musicale. Pour affuter votre angle vous pouvez **aborder des questions qui ne sont pas posées ailleurs et mettre en avant votre différence de point de vue, vos méthodes particulières**. Essayez d'aligner votre angle avec les valeurs de votre entreprise et utilisez-le comme empreinte de votre marque pour vos vidéos sur internet ! N'hésitez pas à travailler la déco de vos vidéos dans ce sens également, en habillant votre studio de prise de vue avec des éléments qui correspondent à votre positionnement. Par exemple, si la curiosité fait partie de vos valeurs vous pouvez placer une mappemonde en arrière-plan. Si vous valorisez l'éducation permanente vous pouvez placer quelques livres en avant plan.



## Créer du contenu qui vend vos produits et services

Beaucoup d'entrepreneurs qui publient des vidéos me disent qu'elles ne convertissent pas assez, qu'ils ont eu beaucoup de vues mais pas assez de ventes derrière. En discutant avec eux je me rends souvent compte qu'ils ont créé leurs vidéos sans utiliser de méthode, sans penser assez à la vente AVANT de réaliser leurs vidéos. Je vais donc partager avec vous une stratégie très efficace qui va vous donner une longueur d'avance. **Pour vendre vos produits et services il existe 5 grands types de publications.** Ces 5 catégories ont été élaborées par Meera Kothand dans son excellent livre ["The one-hour content plan"](#) :

## **1. Vos prospects n'ont absolument aucune idée du problème que votre produit ou votre service peut résoudre**

Vos vidéos doivent donc attirer l'attention sur ce problème. Mettez en avant les difficultés auxquelles ils sont confrontés. Par exemple :

X ..... que vous ne savez pas sur .....

- 10 choses que vous ne savez pas sur vos neurones
- 7 choses que vous ne savez pas sur les objets du quotidien
- 5 choses à savoir avant d'acheter un frigo
- Quelles chaussures porter en hiver et comment les entretenir ?
- Pourquoi vous devriez.....
- Pourquoi vous devriez investir en immobilier
- Pourquoi vous devriez aimer la fiscalité
- Pourquoi votre..... est mauvais et ce que vous devriez faire
- Pourquoi votre stratégie marketing ne fonctionne pas?
- Pourquoi Google n'indexe pas votre site?
- Pourquoi votre blog d'entreprise ne fonctionne pas?
- 3 erreurs dramatiques que font les entrepreneurs débutants
- 3 erreurs à éviter pour lutter contre l'humidité dans les murs
- L'erreur courante que font plein d'entrepreneurs et qui freine votre succès
- 10 raisons qui expliquent l'échec de votre stratégie inbound marketing
- Les 7 causes principales de l'échec des jeunes entreprises

## **2. Vos prospects commencent à se rendre compte de leur problématique. Ils se posent encore beaucoup de questions mais vous avez leur attention et ils commencent à vous faire confiance.**

Ces vidéos vont maintenir l'intérêt de vos lecteurs. Par exemple :

X manières de .....

- 7 manières simples d'assainir votre foie
- 10 manières simples de faire bonne impression en entretien d'embauche

3 manières simples de trouver plus de temps dans une journée  
Guide pour les paresseux qui .....  
Guide pour les paresseux qui veulent maigrir  
Guide pour les paresseux qui veulent apprendre une nouvelle langue  
Comment créer .....  
Comment créer une petite entreprise sans argent?  
Comment créer un site internet?  
Comment réussir un live sur Facebook?  
Avoir un corps musclé en 1 mois  
Les 10 compétences nécessaires pour être un bon guitariste

**3. Vos prospects sont conscients du problème que votre produit ou votre service résoud. Ils vous font confiance et adorent vos vidéos. Ils sentent que votre produit correspond à leur besoin mais ils ne sont pas encore tout à fait prêts à l'acheter.**

Exemple de mail reçu : "Salut Olivier, votre formation a l'air super chouette mais je pense que c'est encore un peu trop tôt pour moi. J'arrive à peine à publier mes premières vidéos. J'ai peur que tout cela me prenne trop de temps."

Un témoignage client sera d'une efficacité redoutable dans ce genre de situation. **Essayez de récolter un maximum de témoignages de clients satisfaits.** Lors de vos interview demandez à votre client : "avez-vous hésité avant d'acheter mon produit et si oui qu'est-ce qui vous a décidé à l'acheter finalement?" Vous allez ainsi créer **une réserve de réponses aux objections des autres prospects.** Vous pouvez également parler de votre expérience personnelle comme je le fais sur mon blog Stratégie Vidéo en partageant mes meilleures astuces. Le contenu que vous publiez doit insuffler le désir d'acheter votre produit ou votre service.



Quelques exemples de publications :

**Les témoignages de vos clients satisfaits.** Commencez avec votre smartphone. Même si vous avez des tonnes de choses à faire et vos clients aussi, vous devez absolument récolter leurs témoignages. Quelques astuces : **profitez d'un événement ou d'un séminaire auquel vos clients participent**, installez vous dans un coin et interviewez les clients que vous aurez prévenu, une seule personne à la fois. Si vous pensez que vous allez être trop occupé pendant cet événement vous pouvez engager une boîte de production pour vous aider à réaliser ces interviews. Retour sur investissement garanti ! Un truc qui fonctionne très bien pour attirer un maximum de monde à participer c'est de créer un espace VIP avec des éclairage de type "tournage", une perche pour le son, etc. Ils seront très heureux de participer à une grosse production ! [C'est comme ça que j'ai réussi à récolter les témoignages](#) de Mauranne, Cali, Renan Luce, BB Brunes, Lio, Jeanne Cherhal, Arid et Salvatore Adamo! Sans passer par leur attaché de presse, en allant les voir le jour même et en leur montrant simplement le studio de prise de vue ! **Vous pouvez également vous rendre directement chez votre client pour recueillir son témoignage.** C'est aussi intéressant car vous pourrez contextualiser le tout. La vidéo ne doit pas dépasser 2

minutes, idéalement 90 secondes articulées de la manière suivante : 30 secondes pour que l'on comprenne bien qui est votre client, 30 secondes pour expliquer le problème auquel il était confronté et 30 secondes pour parler de la manière dont le problème a été résolu.

X questions à se poser avant de .....

5 questions à se poser avant d'accepter un job

Pourquoi je déteste .....

Pourquoi je déteste Noël

Pourquoi je déteste voyager avec les enfants

X bonnes raisons de .....

10 bonnes raisons d'utiliser facebook pour son restaurant

3 bonnes raisons d'utiliser facebook pour votre entreprise

Top 5 des raisons d'être sur Facebook pour votre entreprise

Pourquoi.....

Pourquoi être sur les réseaux sociaux

Donnez vos raisons et expliquez ensuite comment votre produit/service vous a aidé à résoudre votre problème.

#### **4. Vos prospects sont prêts à acheter mais ils ont des questions**

Répondez aux FAQ de votre page de vente en vidéo. Vos vidéos doivent mettre en avant les bénéfices de votre solution. Répondez aussi aux emails et aux messages Facebook.

#### **5. Vos prospects ont achetés. Ils sont prêts à acheter d'autres choses**

Vous pouvez commencer un autre circuit en attirant l'attention sur un autre problème, en montrant qu'il existe une solution et en donnant envie d'acheter votre produit :

1. Attirer l'attention sur le problème :

Pourquoi vous ne progressez pas en guitare

2. Montrer qu'il existe une solution :

10 mauvaises habitudes à changer pour progresser à la guitare

3. Insuffler le désir d'acheter votre produit :

Comment Magali est parvenue à apprendre 20 nouvelles chansons avec ma formation

4. Insuffler le désir d'acheter votre produit :

Comment s'améliorer à la guitare en commençant aujourd'hui

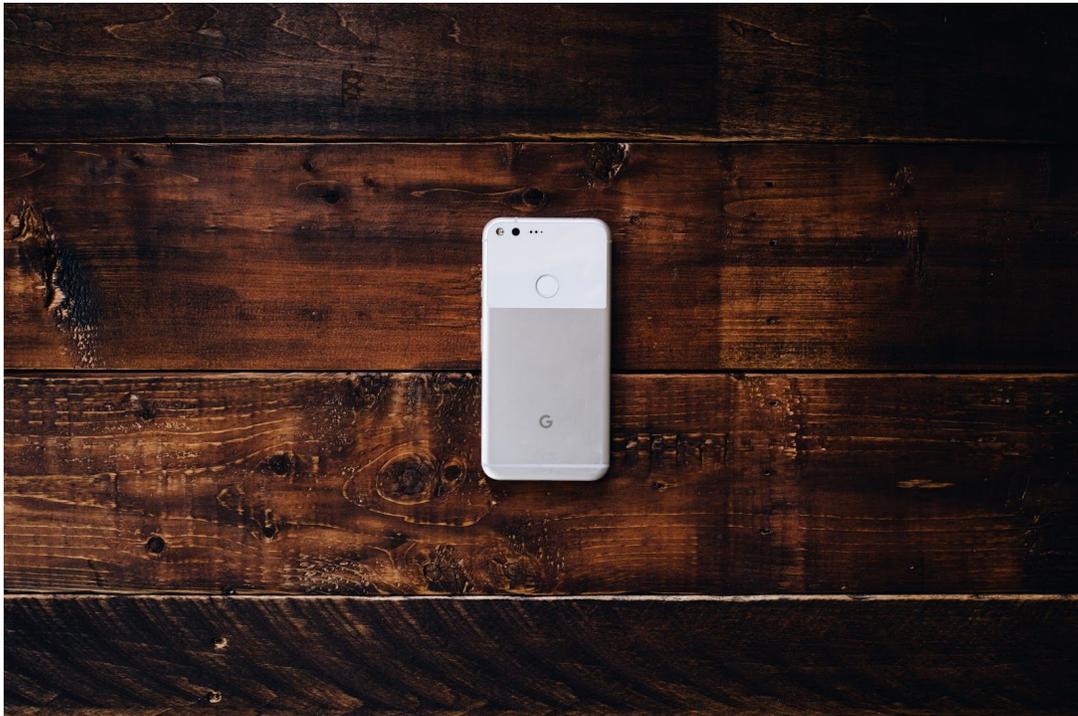
## Créer du contenu pour construire une relation avec vos clients

Nous avons vu les 5 étapes qui amènent un inconnu à découvrir vos produits et services grâce à vos vidéos et comment faire pour le convaincre de les acheter. La vidéo ne doit pas pour autant vous servir uniquement à vendre vos produits ou vos services. Elle ne doit pas non plus être systématiquement conçue pour être référencée et vous apporter un trafic qualifié. Voici quelques idées complémentaires qui vont permettre de **créer une chouette relation avec votre audience** tout en mettant votre personnalité, votre culture d'entreprise et vos produits et services en avant :

- **Faites la promotion d'un événement** : vous organisez une conférence, un webinar, une journée portes ouvertes? Invitez vos clients avec une vidéo en expliquant brièvement ce qui va se passer. N'oubliez pas de terminer avec un appel à action en proposant aux spectateurs de s'inscrire en renvoyant vers une page de capture. Essayez de résumer à quoi vos invités peuvent s'attendre et ce qu'ils vont apprendre s'ils font le déplacement.
- **Videos de vos événements** : prenez le temps de filmer quelques images des événements que vous organisez ou auxquels vous participez et partagez-les.
- **Vidéos qui expliquent comment votre produit ou votre service fonctionne et comment l'utiliser**. Le grand avantage de ces vidéos est qu'elles n'ont pas de date de péremption. Vous vendez des stickers aux designs élaborés créés sur mesure ? Expliquez comment les coller correctement, sur quelles surfaces, le temps qu'il faut laisser sécher, etc. Vous lancez un site pour aider les parents à trouver une baby

sitter? Expliquez face caméra comment fonctionne votre site en ajoutant des captures d'écran.

- **L'histoire de votre entreprise** : c'est un super moyen de présenter votre équipe, la culture et la philosophie de votre entreprise.
- **Organisez un questions/réponses avec vos abonnés**. En différé ou en direct, encore mieux!
- **Un test de matériel, de produit** : vous vendez des pizzas? Les 5 meilleurs pizzas à Berlin. Dans certains cas vous pouvez même parler de vos concurrents. C'est le cas de la marque de vêtements BonneGueule.fr qui communique principalement sur les autres marques de vêtements. Ça fonctionne très bien. Ils sont perçus comme des experts et leur chiffre d'affaire a dépassé les 4 millions d'euros.
- **Une promo** : on vient de lancer ceci ou ça et on vous offre cela
- Montrez à vos clients qui vous êtes avec des vidéos de **l'ambiance dans vos bureaux et avec vos employés**. Ce sont les plus amusantes à réaliser :
  - Vous avez organisé un team building dans une école de musique? Vos employés ont eu 2 heures pour apprendre à jouer d'un instrument avant de monter sur scène ? Montrez-le en vidéo.
  - Vous êtes le patron et vous vous déplacez en vélo, en skateboard pour aller au boulot ? Montrez-le en vidéo.
- **Un chouette endroit** : vous allez souvent manger avec votre équipe dans un chouette petit resto en bas de vos bureaux? Filmez quelques images en expliquant : "juste à côté de nos bureaux il y a un chouette nouveau resto, on va manger là-bas avec l'équipe de temps à autre, ils viennent d'ajouter des trucs au menu, etc. "



- Montrer **un membre de l'équipe**, un employé, une fête avec l'équipe
- **Souhaitez de bonnes fêtes** ou de bonnes vacances à vos clients.
- **Un récapitulatif de fin d'année** pour montrer tout ce que vous avez accompli en un an et vos projet pour l'année à venir.
- **Un webinaire** dans lequel vous pouvez partager vos connaissances pour aider vos prospects à progresser. Vous êtes diététicienne? Cure detox printemps en 10 jours.
- **Actualité presse** : un journal papier a publié un article sur votre entreprise. Parlez-en dans une vidéo, article en main. Idem pour un passage TV ou en radio.
- **Lancement de produit** : vous lancez un nouveau produit? Parlez-en dans une vidéo.
- Une vidéo sur la **politique de votre entreprise** : sécurité, protection des données, organisation de votre structure, confidentialité, etc.
- Une vidéo des **coulisses de vos tournages**.
- Une vidéo qui mentionne à peine le nom de votre entreprise mais **dans laquelle on voit apparaître l'un de vos produits**. Honda a travaillé avec le groupe OK Go [dans un de leur clip](#). On voit les membres du groupe se déplacer sur les Honda's UNI-CUB. Ce qui a apporté une énorme visibilité à leur produit. Dove a

drastiquement augmenté ses ventes [grâce à cette vidéo](#) alors que l'on n'y parle à aucun moment de leur produit. Ce sont deux exemples de vidéos demandant une grosse production. Posez-vous la question : comment appliquer ce même principe à votre entreprise simplement? Il y a certainement moyen.

- **Vidéo d'accueil** : vous venez de convertir un prospect en client. Pour lui donner une très bonne première impression comme nouveau venu dans la grande famille de votre entreprise, envoyez-lui une vidéo pour le saluer, lui souhaiter la bienvenue et être certain que tout est bien clair pour qu'il puisse démarrer dans la bonne direction. Ce format fonctionne aussi pour accueillir un nouvel employé.
- **Video interne de formation** : expliquez à vos nouveaux employés comment votre entreprise fonctionne. Vous pouvez par exemple réaliser une vidéo qui explique tout ce qu'ils doivent savoir sur un produit qu'ils seront amenés à vendre.



- **Un pitch pour vos investisseurs.**
- **Un spot publicitaire** utilisé sur Youtube en pre-roll. Réalisez un montage de type publicitaire de 10 à 20 secondes qui valorise votre marque. Utilisez Adwords pour qu'elle se retrouve en pre-roll sur Youtube devant une audience ciblée.
- **Encouragez vos prospects à vous rappeler** en leur envoyant une vidéo personnalisée dans leur boîte mail.

- **Des remerciements.**
- **La conception de vos produits** : vous vendez des t-shirts ? Montrez les ateliers dans lesquels ils sont fabriqués, comment le visuel a été créé, les différentes étapes de production.
- **Lancez-vous un défi** : c'est un de mes contenus préférés ! Les gens adorent les histoires. En particulier si vous partagez vos réussites ET vos échecs. Ce genre d'histoire accroche! Quel défi pourriez-vous lancer? Vous organisez des séminaires? Demandez à vos abonnés qui ils aimeraient voir à vos côtés, contactez-le et ramenez-le à votre prochain séminaire.
- Expliquez **pourquoi vous vous lancez dans la vidéo.**
- Expliquez **pourquoi vous voulez partager du contenu.**
- **Un vlog** : vous vous rendez dans un salon professionnel ou vous suivez une formation en relation avec votre business. Filmez-vous face caméra de temps à autre, montez le tout de manière dynamique et diffusez le tout sur vos réseaux sociaux. Le vlog (blog vidéo) est très populaire sur Youtube. J'adore faire des vlogs, [vous pouvez les voir ici.](#)

J'espère que ce guide vous aura donné des idées de contenu à publier sur internet, à la fois pour vendre vos produits mais aussi pour créer une relation de confiance avec vos clients. Dans ce guide j'ai fait le maximum pour rester concentré sur le thème de la création de contenu vidéo. Il y a des tas d'autres choses que j'aurais aimé approfondir avec vous. Pour aller plus loin je vous invite à rejoindre mon groupe de discussion privé sur Facebook. Le but de ce groupe est de partager nos expériences vidéos réciproques et de s'entraider. [Cliquez ici pour faire votre demande d'adhésion.](#)



A bientôt !

Olivier Juprelle

Vous pouvez me retrouver sur mes autres blogs :

<https://olivierjuprelle.com>

<https://guitaristepro.com>

Et sur les réseaux sociaux : [Youtube](#), [Facebook](#), [Instagram](#)