

# Video Online : comment gagner la guerre de l'attention ?

*Maîtrisez le contenu et mesurez l'efficacité de vos stratégies vidéo online*

## Les formations « Stand'up » !

- Des formations conçues par des experts du digital !
- Une pédagogie innovante !
- Une acquisition de compétences via des mises en situation et des ateliers pratiques !
- Organisme de formation agréé Datadock et labellisé par l'AFNOR !

### Objectif de la formation

La vidéo devient incontournable pour tous les professionnels du marketing et de la publicité : elle représentera 82% du trafic global d'Internet en 2020 et 28,08 milliards de dollars la même année.

La vidéo s'impose donc comme LE format d'information et de distraction le plus populaire. Grâce à cette formation vous serez en mesure de maîtriser l'ensemble de l'écosystème vidéo afin d'engager au mieux vos consommateurs dans un environnement marketing désormais régi par le concept de "guerre de l'attention ».

**Durée** : 2 jours

**Prérequis** : Connaissances marketing de base, connaissance théorique des différents leviers display

### Public cible :

Fonctions concernées : Directeur/trice et Responsable communication, Directeur.trice et Responsable Marketing, Directeur.trice et Responsable Digital ou E-commerce.

### Compétences acquises :

A l'issue de la formation, vous serez en mesure de:

- Concevoir une stratégie vidéo online sur l'ensemble des plateformes
- Réaliser des messages efficaces en maîtrisant l'ensemble des formats
- Mesurer l'efficacité de vos plans vidéos

*Voir le programme*



# Video Online : comment gagner la guerre de l'attention ?

*Maîtrisez le contenu et mesurez l'efficacité de vos stratégie vidéo online*

## Programme

### Jour 1

- **Pourquoi les français regardent-ils des vidéos en ligne ?**
  - Les Usages
  - Les Devices et la montée en puissance du double écran
  - La consommation de la vidéo demain : VOD & OTT

**Atelier :** Identifier les micro-moments de consumer journey type

#### **L'impact des évolutions de consommation média sur les stratégies vidéos**

- Du media de masse à la Catch-up TV
- Display Vidéo et montée en puissance des AdNetwork
- Programmatique ou « du Média Planning vers l'Audience Planning »
- Les Réseaux Sociaux ou l'émergence d'un nouveau mass media & de nouvelles habitudes des consommateurs

**Atelier :** définir une stratégie d'activation

- **Formats Video : Comment adapter le contenu de votre message à vos audiences ?**
  - Nouveaux usages, nouveaux formats
  - Le Snack Content

**Atelier :** choisir les bons formats

- **Les modes d'achat : quel modèle pour quel objectif marketing ?**
  - Connaître et Comprendre les différents modes d'achat
  - Quelles évolutions des modes d'achat en fonction des attentes du marché (attention, temps passé...)

**Atelier :** réaliser un brief video

### Jour 2

- **La vidéo contribue à chaque étape du funnel de conversion. Etudes de cas**
  - Faire découvrir
  - Engager
  - Mieux transformer

**Atelier :** Réalisation d'une stratégie vidéo online (choix des audience, des formats, mode d'achat, scénarisation, KPIs..)

- **Mesurabilité & Efficacité**
  - KPIs
  - Acteurs Tiers de mesurabilité
  - Outil de mesurabilité (Drive to Store, Brand lift, A/B Testing..)

**Atelier :** Analyse de la performance d'une campagne vidéo

Stand'up

Tout au long de la formation, les stagiaires seront amenés à créer par eux même, étape par étape, une stratégie et un plan média vidéo