

Boostez vos taux d'engagement en transformant vos documents écrits en vidéos

Osez la vidéo accompagne les entreprises dans la transformation de leurs documents écrits (formation, campagne, articles de blog) en vidéos grâce à des professionnels rodés à l'exercice.

Temps de lecture : minute

30 juillet 2020

Le succès et l'attrait des vidéos ne sont plus à démontrer, surtout auprès des jeunes. Ces derniers n'ont pas hésité à délaisser Facebook et Twitter pour TikTok et Youtube. Même LinkedIn, longtemps éloigné de ces considérations, tente de booster ce format sur son réseau social. Preuve de l'influence et de l'importance de ce format pour les entreprises. Certaines peinent pourtant à prendre ce virage et continuent à avoir une communication essentiellement écrite avec leurs salarié·e·s et leurs client·e·s. Osez la vidéo a décidé de les aider à passer le cap en leur proposant une solution tout-en-un.

Une méthode bien rodée

Depuis 2017, la startup a monté une équipe de talents complémentaires capables de transformer les supports écrits des entreprises (fiches de formation, campagnes de communication ou articles de blog) en vidéos. Dès réception des documents, l'équipe "rédactionnelle" s'occupe de scénariser les contenus pour mettre en lumière les points essentiels et les rendre attractifs devant la caméra. Une fois ce premier travail effectué, l'entreprise cliente est invitée à choisir le présentateur ou la présentatrice de la vidéo parmi un panel de 50 professionnel·le·s ainsi que le décor et

les éléments d'habillage (animations, motion-design, sommaire interactif, etc) de la vidéo. Vient ensuite l'heure du tournage, réalisé dans les studios de la startup à Saint Mandé. En somme, l'entreprise cliente n'a rien à faire.

Capter l'attention plus facilement

L'usage de la vidéo est bénéfique à plusieurs égards. En captant plus facilement l'attention et en humanisant la marque, elle favorise généralement le taux d'engagement des clients et des prospects. C'est également le format idéal pour renforcer la pédagogie des formations en leur donnant vie et en facilitant leur mémorisation. Les grands groupes ne s'y trompent pas. Depuis son lancement début 2018, Osez la vidéo a déjà réalisé plus de 250 prestations pour des clients tels que Microsoft, L'Oréal ou encore le Crédit Agricole.

Malgré le confinement et le ralentissement momentanée de ses activités, la startup entend bien devenir leader de son secteur dans les années à venir.