Communication digitale

Exploiter efficacement la vidéo dans sa stratégie marketing

2 jours (14h00) | ★★★★½ 4,6/5 | MKT-C19VIDEO | Évaluation qualitative de fin de stage | Formation délivrée en présentiel ou distanciel

Tarif : 1 595 € ht

Formations Compétences Métier › Marketing › Communication digitale

Document mis à jour le 13/11/2026

Objectifs de formation

- Élaborer une stratégie de branded content différenciante.
- Intégrer la vidéo à sa stratégie marketing digital.
- Générer du trafic autour de sa vidéo et suivre ses performances.

Modalités, méthodes et moyens pédagogiques

Équipe pédagogique :
Un consultant expert de la thématique et une équipe pédagogique en support du stagiaire pour toute question en lien avec son parcours de formation.

Techniques pédagogiques :
Alternance de théorie, de démonstrations par l'exemple et de mise en pratique grâce à de nombreux exercices individuels ou collectifs. Exercices, études de cas et cas pratiques rythment cette formation.

Pour les sessions en distanciel, notre Direction Innovation a modélisé une **matrice pédagogique** adaptée pour permettre **un apprentissage et un ancrage mémoriel optimisés**.
Cette matrice prévoit une alternance de **temps de connexion en groupe** et de **séquences de déconnexion** pour des travaux de mise en pratique individuels.

Ressources pédagogiques :
Un support de formation présentant l'essentiel des points vus durant la formation et proposant des éléments d'approfondissement est téléchargeable sur votre espace apprenant.
Retrouvez également des ressources complémentaires ainsi que les quiz amont/aval sur notre plateforme dédiée.

Prérequis

Maîtriser les fondamentaux des médias sociaux.

Public concerné

- Responsables marketing, marketing digital, communication.
- Chef de projet digital, chargé de communication, community manager.
- Social media manager.

Cette formation :

- Est animée par un consultant-formateur dont les compétences techniques, professionnelles et pédagogiques ont été validées par des diplômes et/ou testées et approuvées par l'éditeur et/ou par M2I Formation
- Bénéficie d'un suivi de son exécution par une feuille de présence émargée par demi-journée par les stagiaires et le formateur.

Programme

Modules distanciels :

- E-quiz en amont/aval de la formation.

Saisir les opportunités de la vidéo on-line pour sa stratégie de brand content

- Décrypter le marché de la publicité vidéo en ligne : tendances, chiffres clés et opportunités.
- Identifier les nouveaux usages et tendances de la vidéo sur les réseaux sociaux (Meta : Facebook et Instagram, YouTube, Twitch et TikTok)
- S'approprier les usages de la vidéo en ligne : communication produit, vidéo promo, marque employeur...
- Comprendre la typologie des vidéos digitales et leur portée.
- Prendre en compte la consultation multi-écrans et l'impératif du Mobile First dans le développement de ses vidéos.
- S'adapter aux plateformes d'hébergement : YouTube, Twitch, Vimeo, Vidyard, Facebook Watch,...
- Prendre en compte les moteurs de recherche spécialisés : Google Vidéo...
- Rappel des nouveaux modes de consommations et attentes des clients pour bien identifier sa cible.
- **Étude de cas** : Développer des vidéos au service de ses stratégies de contenu.

Produire efficacement du contenu audiovisuel

- Elaborer le brief vidéo (objectif, cible...).
- Maîtriser les différents formats de contenus vidéo & leurs caractéristiques : interview expert, portrait, reportage, série, tuto, no comment, animation, témoignage client, live, snacking content, stories...
- Sélectionner les caractéristiques de son format vidéo selon ses spécificités éditoriales et selon les attentes de notre cible.
- Appréhender les aspects techniques de la vidéo pour superviser leur exécution : tournage, montage, encodage, diffusion...
- Estimer les ressources nécessaires et le temps de réalisation.
- Anticiper les coûts de production selon le type de vidéo pour évaluer son budget.
- **Atelier :** Etablir la checklist des indispensables pour réaliser un projet vidéo.

Élaborer une stratégie de contenu vidéo performante

- Définir les cibles et les objectifs de ses vidéos on-line pour cadrer sa stratégie vidéo.
- Déterminer sa ligne éditoriale vidéo en phase avec sa stratégie de contenu.
- Développer sa stratégie mobile avec des contenus vidéo adaptés aux nouveaux usages.
- Storytelling et storyliving : mettre en avant les valeurs de sa marque.
- Appréhender la puissance du Live Vidéo pour maximiser sa stratégie de contenu vidéo.

Diffuser et partager ses vidéos en ligne

- Utiliser la puissance de diffusion des réseaux sociaux : LinkedIn, X, Facebook, Instagram, YouTube, Twitch.
- **Atelier :** Elaborer sa stratégie de référencement / diffusion vidéo.
- Optimiser l'impact de sa vidéo pour améliorer la viralité de ses vidéos : référencement naturelle et algorithmes de recommandations, vignette, titre, call to action...
- Assurer la promotion vidéo : post sponsorisés, rich média, pré-roll, in banner.
- Cibler et collaborer avec les influenceurs pertinents.

Mesurer la performance de sa stratégie de contenu vidéo

- Définir ses KPIs pour analyser ses résultats et améliorer ses performances : Nombre de vues, de lectures complètes, partages, commentaires, clics...
- Evaluer l'enjeu économique d'une impression vidéo pour optimiser son ROI et ses investissements (CPM, CPV...).
- **Atelier pratique** : Suivre les indicateurs de Youtube analytics et adapter sa stratégie en fonction de l'efficacité des campagnes.

Le contenu de ce programme peut faire l'objet d'adaptation selon les niveaux, prérequis et besoins des apprenants.

Modalités d’évaluation des acquis

Évaluation des acquis : Quiz avant la formation et après la formation pour mesurer les acquis, la progression. Évaluation à chaud : À la fin de la formation, un bilan qualité dématérialisé pour mesurer l'atteinte des objectifs de la formation. Évaluation à froid : À J+3 mois, une e-évaluation du transfert des acquis en situation professionnelle.

Accessibilité de la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Le groupe M2I s'engage pour faciliter l'accessibilité de ses formations. Toutes nos formations sont accessibles aux personnes en situation de handicap : les détails de l'accueil des personnes sont consultables sur la page Accueil Handicap

Modalités et délais d’accès à la formation

pagebreakavoidchecked="true";

Les formations M2I sont disponibles selon les modalités proposées sur la page programme.
Les inscriptions sont possibles jusqu'à 48 heures ouvrées avant le début de la formation.
Dans le cas d'une formation financée par le CPF, ce délai est porté à 12 jours ouvrés.