

LIVRE BLANC

Pourquoi et comment installer un studio vidéo au sein de votre entreprise ?

Mai 2023

By Videlio



videlio

SOMMAIRE

1 La vidéo dans votre plan de communication

La vidéo en chiffres	P7
Votre image de marque	P8
Votre cible	P10
La vidéo pour atteindre vos objectifs	P12
La vidéo sur les réseaux sociaux	P13

2 Les usages de la vidéo en entreprise

Les objectifs de la vidéo en entreprise	P18
Les cas d'usage de la vidéo en entreprise	P19

3 Les formats vidéo en entreprise

Les différents formats vidéo	P22
------------------------------	-----

4 Internaliser ou externaliser la production ?

Produire soi-même ou solliciter une agence ?	P26
Nos studios sur-mesure	P27
Quels avantages ?	P31
Nos studios en location	P32

VIDELIO

QUI SOMMES-NOUS ?



Leader de l'intégration et des services audiovisuels, Videlio accompagne les entreprises en France et dans le monde grâce à ses 3 activités : Environnement de travail, Événementiel, Croisière.

Videlio accompagne tous les secteurs : banque & assurance, industrie, santé, éducation, luxe, énergie, acteurs publics, service, consulting... Notre mission ? Concevoir, intégrer et opérer des solutions de communication audio et vidéo professionnelles, durables et sur-mesure, pour simplifier le quotidien et enrichir les expériences de nos clients.

Avec 19 agences en France et plusieurs pôles d'expertises, nous sommes au plus près de vous pour déployer des solutions innovantes, centrée utilisateurs, en parfaite connaissance de votre secteur, de vos marchés, de vos besoins.

Le Groupe emploie 1000 collaborateurs dans 7 pays, ce qui permet de faire rayonner notre savoir-faire, acquis depuis plus de 30 ans, en Europe et à travers le monde.

3 métiers pour vous accompagner de A à Z

CONCEPTION

- Définition des besoins et usages
- Audit et conseil
- Design et architecture
- Maquette

INTÉGRATION ET DÉPLOIEMENT

- Gestion de projet et du respect des plans
- Support au déploiement
- Configuration
- Migration

SERVICES

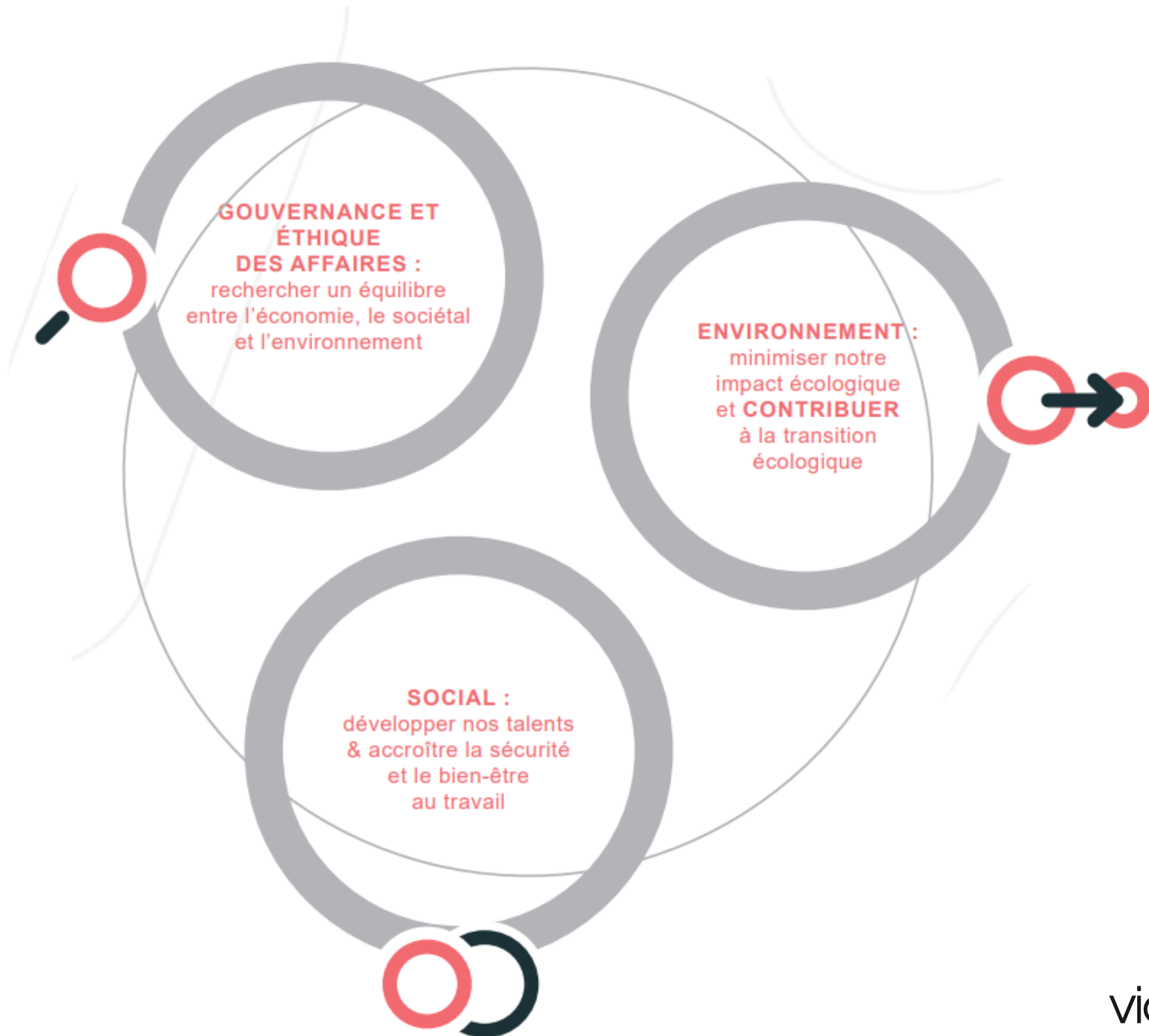
- Accompagnement au changement
- Financement
- Hotline
- Services managés
- Service field
- Repair shop
- Délégation de personnel

1 année chez Videlio, en 1 minute ! Découvrez notre Showreel



NOTRE DÉMARCHE RSE

Par devoir et surtout par conviction, en tant que leader du marché de l'intégration et des services audiovisuels, la RSE est au cœur de l'ambition du groupe Videlio et guide notre actions au quotidien.



Depuis plus de 10 ans, Videlio évalue sa performance extra-financière à travers des labels et certifications. Cette démarche d'évaluation externe s'inscrit dans une volonté d'amélioration continue, de rendre-compte et de transparence

	Global Compact	Membre	Depuis 2011	Videlio France
	Ecovadis	Médaille de bronze (55/100)	2022	Videlio France
	ISO 9001	Labellisé	Depuis 2017	Videlio France
	Prestadd	75/100	Depuis 2018	Videlio-Events
	Great Place To Work	Trust Index 58/100	Depuis 2021	Videlio Monde
	ISO 14001	Labellisé	Depuis 2023	Videlio France

CLAP, ÇA TOURNE !

La vidéo comme canal de communication

La vidéo est devenue l'un des canaux de communication les plus populaires pour les entreprises. Elle permet de transmettre des informations tout en offrant une expérience immersive aux spectateurs. En utilisant la vidéo, les entreprises peuvent atteindre leur public cible de manière efficace et mémorable.

Les bénéfices de la vidéo pour les entreprises

La vidéo permet de renforcer la crédibilité et la confiance de l'entreprise auprès des clients potentiels. Elle établit une relation avec leur public cible car elle donne un aperçu de la personnalité de l'entreprise et de ses valeurs. En outre, les vidéos peuvent être utilisées pour présenter des produits et services, ce qui peut aider les entreprises à augmenter leurs ventes.

Installer un studio vidéo dans son entreprise

Installer un studio vidéo dans son entreprise permet de produire des vidéos de qualité professionnelle. Cela peut être très rentable à long terme et permettre une plus grande flexibilité dans la création de contenu. Par ailleurs, un studio vidéo interne peut permettre de produire des vidéos plus rapidement, plus efficacement, donc plus régulièrement. Enfin, cela contribue à conserver un contrôle sur l'image de marque et la communication.

Dans ce livre blanc, vous découvrirez tout ce qu'il faut savoir sur la vidéo en entreprise.

Nous vous en souhaitons une bonne lecture !



1

La vidéo dans votre plan de communication

Incarnez votre image de marque et connaissez votre cible
pour atteindre vos objectifs

LA VIDÉO EN CHIFFRES

86% des métiers utilisent aujourd'hui la vidéo comme outil de communication. » HUBSPOT

« Plus de **82%** du trafic Internet est généré par la vidéo en 2021. » CISCO

79% des internautes préfèrent recevoir des informations par vidéo que par écrit. » WYZOWL

« Avec l'avènement de la vidéo comme véritable outil de communication, il est devenu indispensable pour les entreprises d'utiliser ce format pour communiquer en interne, vers ses clients, et véhiculer son image. L'évolution de la technologie a rendu accessible à tous, la capture instantanée d'évènement de tous types avec des niveaux de qualité exceptionnelle. Expert dans l'intégration des technologies de l'image et du son depuis de nombreuses années, Videlio met à disposition de ses clients des solutions de studio d'entreprises qui permettent de réaliser du contenu très qualitatif et accessible. Ces contenus peuvent être diffusés en live streaming, ou en différé de manière simple et rapide. »

Les outils de virtualisation permettent d'enrichir les contenus vidéos quasiment à l'infini.

Frank MICHEL, Videlio

VOTRE IMAGE DE MARQUE

Le marketing vidéo vise à toucher votre **cœur de cible** avec le bon message, au bon moment et de la bonne manière, afin de capter son attention et de gagner sa confiance pendant votre tunnel de vente.

Votre stratégie doit se composer d'un **cycle en 4 étapes** :

Attirer

la bonne cible avec un message et un contenu attrayant.

Intéragir

avec votre audience en proposant des conseils, des solutions et des informations sur des produits susceptibles de les intéresser.

Convertir

les prospects en clients.

Fidéliser

avec des contenus audiovisuels à jour pour en faire bénéficier votre clientèle.

Réalisez une vidéo d'entreprise vous sera utile pour insuffler une vraie dynamique à votre communication. « Raconter » votre entreprise vous permet de transmettre avec authenticité votre personnalité et vos valeurs.

Ainsi, une vidéo marketing de qualité professionnelle, au message intelligible et percutant, permettra à votre entreprise de se démarquer.

Votre image de marque se construit à partir de deux critères :

- La manière dont l'entreprise la fait valoir
- La façon dont le public la perçoit

À ce titre, pour communiquer vos valeurs et votre savoir-faire de manière claire et séduisante, tout en suscitant un sentiment d'appartenance et de reconnaissance de la part de votre audience, **la vidéo est un merveilleux outil**, car elle possède ce « pouvoir social » qui humanise et personnalise votre image.

VOTRE IMAGE DE MARQUE

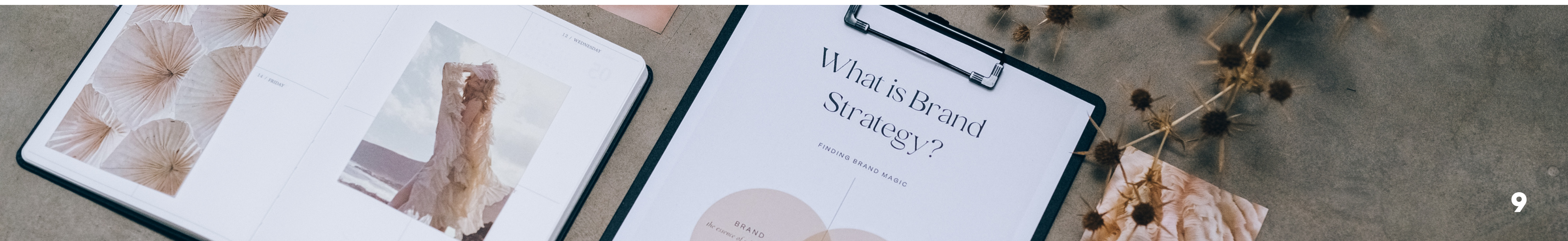
Le branding et l'identité visuelle de la marque

Une marque c'est une promesse, un produit ou un service, une proposition de valeur, mais aussi une identité visuelle.

Avez-vous une identité visuelle forte ? Un branding moderne et identifiable ?

L'identité visuelle est un élément essentiel pour une marque car c'est elle qui véhicule son image. Montrez votre style à travers vos vidéos pour vous démarquer dans le flux de contenus et imprégner votre marque et son identité dans l'esprit de vos prospects. Logo moderne, couleurs vives, jingle audio, typographie adéquate, ton décalé ou humoristique...

L'idée n'est pas de jouer un rôle, mais **d'incarner votre marque**. Ne cherchez pas à plaire à la majorité, restez au plus près de votre ADN pour que ce parti pris esthétique reflète votre entreprise de manière cohérente, et surtout pour attirer les bons prospects. « Qui se ressemble s'assemble », alors pour créer du lien avec votre communauté et fidéliser votre audience, rien de tel que de montrer votre personnalité.

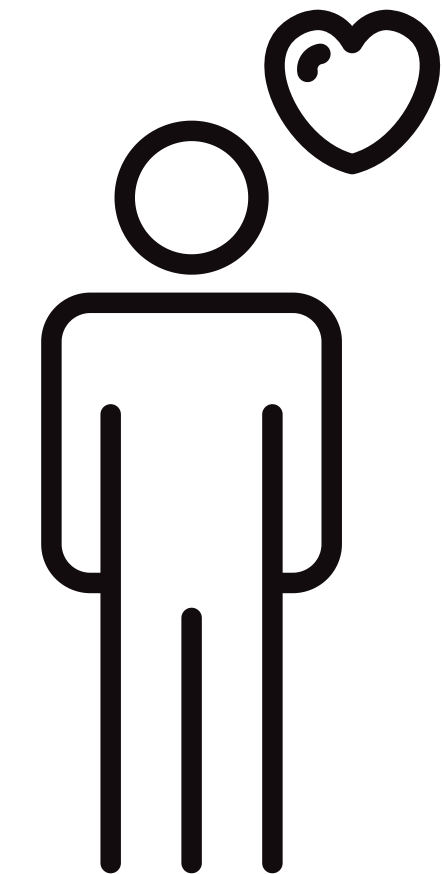


VOTRE CIBLE

Définir vos personas

Il est primordial de bien identifier votre public. Définir vos cibles, c'est faire le choix d'un positionnement et d'un segment de client particulier auquel vous affecterez vos ressources et vos efforts. Vous allez vous adresser uniquement aux gens avec lesquels vous souhaitez travailler ou à qui vous destinez vos offres et produits.

Pour une stratégie de marketing et communication performante, il est donc indispensable d'avoir une connaissance approfondie de vos clients potentiels. **C'est le concept de Persona.**



Des personnages fictifs, mais précis et susceptibles d'être attirés par vos services et à qui vous destinez vos contenus dans un objectif d'acquisition ou de fidélisation.

Les personas sont créés dans le but d' **affiner vos stratégies marketing, communication, commerciale...** Pour une entreprise, la définition et le ciblage de ses clients permettent de cerner avec minutie le profil et les attentes de ses consommateurs.

Lorsque vous disposez d'une idée claire des problématiques de vos prospects, vous êtes en mesure d'anticiper leurs peurs, leurs frustrations et objections, dans une logique ROIste (avec un retour sur investissement prévisible).



VOTRE CIBLE

Adressez vos personas

Quelles problématiques solutionnez-vous ?

Quel message souhaitez-vous faire passer ? À qui ?

Et pourquoi devraient-ils vous choisir vous ?

Apprenez à connaître vos cibles sur le bout des doigts (profil, codes de langage, motivations, freins, habitudes de consommation...) afin de démontrer votre expertise et gagner leur confiance en répondant à leurs attentes. Plus votre approche sera sincère et personnalisée, plus votre audience sera à l'écoute de votre message. Bannissez le contenu « passe-partout ». Pensez pertinence, régularité, message personnalisé et contenu ciblé. L'objectif final n'est pas de faire le maximum de vues, mais de ventes.

Le conférencier américain Zig Ziglar a dit : « Si les gens vous apprécient, ils vous écouteront, mais s'ils ont confiance en vous ils voudront travailler avec vous ». La confiance se gagne et se mérite, c'est donc à vous de prouver que vous êtes attentif à votre cible et que vous êtes celui qu'il leur faut pour solutionner leurs problèmes.

*« Si les gens vous apprécient,
ils vous écouteront, mais s'ils
ont confiance en vous ils
voudront travailler avec vous »*

Zig Ziglar

LA VIDEO POUR ATTEINDRE VOS OBJECTIFS

Votre identité de marque et cibles maintenant définies, voilà comment la vidéo peut-être un outil précieux pour atteindre vos objectifs de communication :

ACCROÎTRE LA VISIBILITÉ

Les vidéos attirent l'attention de votre public cible et à augmenter la visibilité de votre marque, de votre produit ou de votre service. En publiant des vidéos sur les réseaux sociaux ou sur votre site web, vous pouvez toucher un public plus large et accroître la notoriété de votre marque.

EDUQUER

Les vidéos peuvent être utilisées pour éduquer les consommateurs sur votre produit ou votre service. En créant des vidéos explicatives ou des tutoriels, vous pouvez aider les consommateurs à comprendre comment utiliser votre produit ou service de manière efficace.

RENFORCER L'ENGAGEMENT

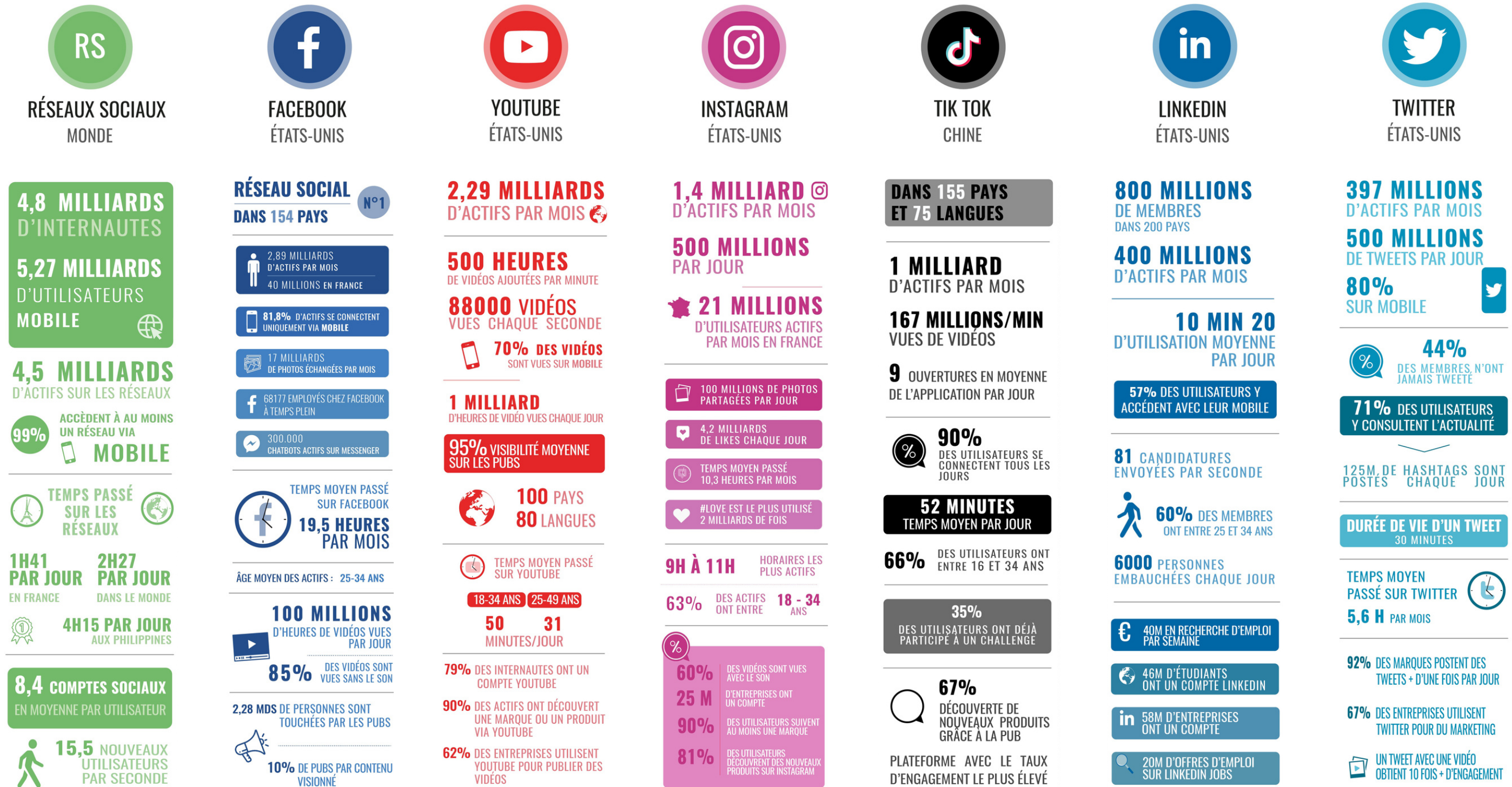
Les vidéos aident à renforcer l'engagement de votre public envers votre marque ou votre entreprise. En créant des vidéos divertissantes, informatives ou éducatives, vous pouvez susciter l'intérêt de votre public et encourager les interactions.

SIMULER LES VENTES

Les vidéos servent aussi à stimuler les ventes en présentant votre produit ou service de manière attrayante, en expliquant clairement ses avantages. En montrant la façon dont votre produit/service peut résoudre un problème ou répondre à un besoin, vous pouvez convaincre les consommateurs de l'acheter.

LA VIDEO SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

La vidéo est devenue un **élément clé des réseaux sociaux** au cours des dernières années. Les plateformes de médias sociaux telles que YouTube, TikTok et Instagram permettent aux utilisateurs de partager des vidéos de courte durée, tandis que Facebook, LinkedIn et Twitter ont également intégré la vidéo dans leur interface.



LA VIDEO SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Pourquoi votre présence y est importante

Etre présent sur les réseaux sociaux pour une entreprise signifie :

Augmenter sa visibilité

Interagir avec ses clients

Promouvoir sa marque

Surveiller sa réputation en ligne

Générer du trafic vers le site web

Au vu de l'impact des réseaux sociaux à l'heure actuelle, il est primordial pour une entreprise d'y être présent et d'y publier ses vidéos, car c'est un très bon relais.

D'abord car les réseaux sociaux bénéficient d'une **grande audience**, qui permet à une vidéo d'entreprise d'être vue par des milliers, voire des millions de personnes en peu de temps. Les utilisateurs peuvent **partager** facilement des vidéos d'entreprise avec leur entourage.

Aussi, les réseaux sociaux ont des **taux d'engagement élevés** par rapport à d'autres canaux de communication, ce qui signifie que les gens sont plus susceptibles d'interagir sur ces plateformes. Ils offrent donc des options de ciblage avancées qui permettent aux entreprises de diffuser leur vidéo auprès d'un public spécifique.

Enfin, ils permettent aux entreprises de **mesurer la performance de leur vidéo** en termes de vues, d'engagement et de conversion. Cela permet d'ajuster leur stratégie de marketing vidéo en conséquence pour maximiser l'impact de leur vidéo.

LA VIDEO SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Mesurer vos performances

L'objectif de vos vidéos est de générer des leads et de convertir votre audience en contacts qualifiés. Analyser vos performances vous permettra d'ajuster et d'optimiser vos stratégies pour vos futures productions en identifiant les formats et plateformes qui performant.

Utilisez des plateformes comme vidyard.com pour visualiser les interactions qu'a suscité votre vidéo. D'autres outils tels que TubeBuddy ou VidIQ vous permettront d'analyser les vidéos de vos concurrents sur YouTube et de comparer leurs indicateurs aux vôtres.

Une fois vos objectifs définis et vos actions menées, l'analyse du retour sur investissement (ROI) est primordiale pour optimiser votre temps et votre argent. Définir des critères d'évaluation vous donnera la possibilité de déterminer l'impact réel de vos vidéos sur vos cibles, vos objectifs et votre stratégie globale.

Observez les statistiques de vos vidéos sur une période déterminée grâce à des **indicateurs clés** (KPI - Key Performance Indicator) :

La durée de visionnage : c'est gage de qualité et de pertinence.

Le taux de rétention : comparaison entre le nombre moyen de minutes visionnées et la durée totale de la vidéo. Si votre audience aime une vidéo, elle la regardera jusqu'au bout.

Le taux d'engagement : comparaison entre le nombre de vues et les réactions suscitées (likes, commentaires, partages...). Plus votre vidéo suscite d'intérêt plus les plateformes la rendront visible.

Le taux de conversion : comparaison entre le nombre de vues et le nombre de visiteurs ayant réalisé l'action attendue. Analysez par exemple le taux de clics sur les liens associés à la vidéo.

LA VIDEO SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

5 conseils pour créer une vidéo d'entreprise percutante

Il est important pour une entreprise d'être présent sur les réseaux sociaux via la vidéo et d'y mesurer ses performances. Nous allons désormais vous donner cinq conseils pour réaliser une vidéo d'entreprise percutante.

- 1 Définissez vos objectifs** : Souhaitez-vous promouvoir un nouveau produit ou service, renforcer votre image de marque ou éduquer votre public sur un sujet particulier ?
- 2 Adaptez votre contenu au format des réseaux sociaux** : Chaque plateforme de réseau social a ses propres spécificités en termes de format vidéo mais aussi de cible. Assurez-vous donc de créer une vidéo adaptée à la plateforme sur laquelle vous allez la publier.
- 3 Utilisez des témoignages clients** : Les témoignages clients sont très efficaces pour renforcer la crédibilité de votre entreprise. Utilisez des extraits de témoignages dans votre vidéo pour démontrer comment votre entreprise a travaillé avec ses clients.
- 4 Soyez concis** : 15 secondes est la durée moyenne pendant laquelle 50 % votre public regarde une vidéo avant de s'arrêter. C'est le temps qui vous est accordé pour attirer l'attention de votre auditoire. Assurez-vous de communiquer votre message le plus tôt possible afin d'assurer un retour sur investissement maximal.
- 5 Utilisez des effets visuels** : Les effets visuels tels que les animations et les graphiques peuvent aider à renforcer votre message et à capter l'attention de votre public.

2

Les usages de la vidéo en entreprise

L'objectif de la vidéo en entreprise et ses usages

LES OBJECTIFS DE LA VIDÉO EN ENTREPRISE

Dans le climat actuel, les internautes sont en quête de plus d'humains et de transparence de la part des entreprises. Créer un lien de proximité avec ces derniers à travers vos contenus devient essentiel pour votre prospérité et durabilité.

La création de vidéos peut avoir plusieurs objectifs au sein d'une entreprise :

INFORMER

PROMOUVOIR

FORMER

RENFORCER
L'ENGAGEMENT

RACONTER
UNE HISTOIRE

FOURNIR UN
SOUTIEN CLIENT

Si vous êtes une entreprise, que vous souhaitez faire des vidéos, car vous êtes désormais persuadé de leur efficacité, mais que vous ne savez pas quel type de vidéo produire, voici quelques pistes.

LES CAS D'USAGE DE LA VIDEO EN ENTREPRISE

COMMERCIAL :

Informer en proposant du contenu vidéo destiné à apporter de nouvelles connaissances à votre audience, pour répondre à ses attentes et besoins. Pour briser la glace et faire découvrir vos offres & services.

- Appel d'offres et présentation corporate : dynamise et valorise votre image, meilleure compréhension de vos offres et services
- Formation des équipes de vente : but pédagogique
- Bilan, étude de cas, présentation des objectifs : facilite la compréhension, augmente l'intérêt
- Vidéo commerciale et démo produit : favorise la compréhension de vos services ainsi que l'acte d'achat

MARKETING :

Augmenter l'impact de votre communication et le trafic vers votre site, convertir des prospects qualifiés avec des vidéos orientées bénéfice client.

- Témoignage client : facteur de réassurance, humanise votre marque
- Teaser : suscite la curiosité, assure un taux de participation
- Lancement produit : informe de manière attractive et séduisante
- Contenu pour les réseaux : booste votre visibilité et votre référencement
- Communication événementielle : faire découvrir l'envers du décor, les coulisses de votre entreprise
- Mailing : augmente le taux de clic et la portée de vos campagnes

LES CAS D'USAGE DE LA VIDEO EN ENTREPRISE

FORMATION :

Dynamiser l'apprentissage, renforcer la pédagogie, pallier l'absence de formateur avec un contenu captivant.

- E-Learning, tutorial, MOOC : but pédagogie, améliore l'expérience
- Newsletter, e-mailing : apporte de la valeur de manière digeste et attrayante, porte d'entrée vers votre plateforme
- Vidéo explicative en motion design : but informatif et pédagogique, meilleure compréhension de vos services, accompagnement
- Live stream, FAQ : favorise l'engagement, la communication et l'interaction

RH :

RH : Recruter plus facilement les bons profils en valorisant votre entreprise, fidéliser les équipes et faciliter la communication interne.

- Campagne de recrutement : capte l'attention, dynamise votre communication, modernise votre image)
- On boarding collaborateur : facilite l'intégration et permet de découvrir les acteurs de votre entreprise
- Portrait métier : présente votre expertise de manière innovante et ludique
- Marque employeur : améliore le processus de recrutement et vous démarque de vos concurrents

3

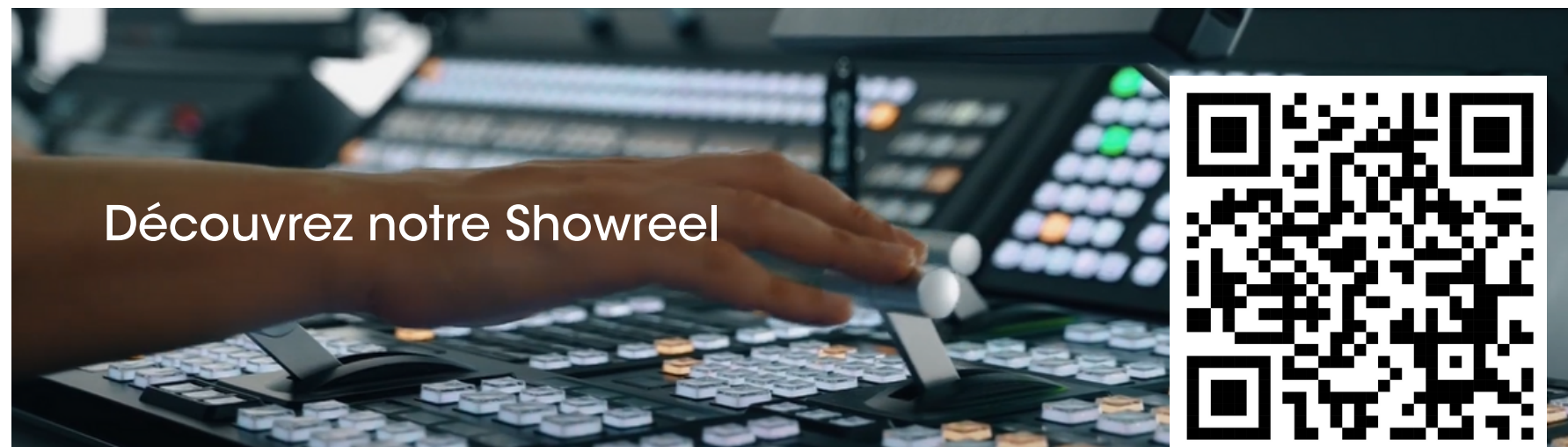
Les formats vidéo en entreprise

Les formats vidéo à réaliser en entreprise

LES DIFFÉRENTS FORMATS VIDÉO

FILM D'ENTREPRISE OU FILM INSTITUTIONNEL :

C'est le premier format utilisé par une entreprise. Fini les textes commerciaux et les argumentaires à rallonge. Vos prospects veulent gagner du temps pour comprendre ce que vous faites et en quoi vous êtes différent de vos concurrents. Sortez du lot et captez leur attention grâce à la vidéo corporate. Destinée à **à promouvoir votre image de marque en créant un sentiment de reconnaissance chez votre audience**, cette réalisation au format d'environ 1'30 à 3 min, a pour objectif de mettre en lumière votre offre, votre vision ainsi que votre expertise. Attention au « fait maison » à moindre coût qui risque d'aboutir un résultat moyen pouvant nuire à votre image.



Découvrez notre Showreel



Découvrez nos interviews

L'INTERVIEW :

Définie comme une technique journalistique consistant à interroger une personne sur un sujet précis, l'interview devient à l'air du marketing digital un procédé vidéo à part entière. Valorisation de vos collaborateurs ou de votre marque employeur, coulisse de votre entreprise, promotion de vos offres, humanisation de votre image de marque ou partage de votre expertise. En interne comme en externe, l'interview est un moyen efficace de produire un contenu à forte valeur ajoutée à la fois attractif, instructif et dynamique. Elle s'appuie le plus souvent sur un échange rythmé avec une personne experte ou influente sur votre marché et reconnue comme telle par vos prospects.

LES DIFFÉRENTS FORMATS VIDÉO

LA DÉMO PRODUIT :

Généralement utilisée au bout du tunnel de vente pour augmenter le taux de conversion des visiteurs en client. La vidéo démonstrative est un excellent outil marketing pour mettre en avant **les bénéfices de l'offre proposée** par votre entreprise et ainsi conforter vos prospects dans leur parcours d'achat grâce à la projection. En veillant à ne pas vous perdre dans les détails et jargons techniques.

Votre vidéo, à la fois courte et ciblée, doit être basée sur des besoins concrets et répondre à ces trois questions :

- En quoi votre offre est-elle unique ?
- À quel besoin répond-elle précisément ?
- Quelle solution apportez-vous ?

À ce stade, vos prospects sont assez matures. Ils ont conscience de leur problématique, apprécient vos vidéos et ont confiance en vous et votre offre. Bientôt prêts à acheter, il ne vous manque plus qu'une chose pour les convertir : **l'émotion !**

N'oubliez pas que c'est à travers celle-ci que vos clients achètent en priorité, avant de justifier par la suite leurs décisions avec des arguments rationnels.



LE TUTORIEL VIDÉO :

Les internautes cherchent par eux-mêmes de l'information rapide et accessible répondant directement à un besoin particulier. Pour cela, les vidéos tutorielles sont un atout indéniable. Intégrer du **contenu pédagogique** dans vos stratégies commerciales renforce votre transparence, votre expertise et rassure vos clients dans leur décision d'achat.

LES DIFFÉRENTS FORMATS VIDÉO

LE LIVE STREAMING :

Ce format n'a jamais été aussi recherché qu'aujourd'hui ! Il s'agit ici de toucher votre audience en temps réel. Instantané, exclusif et répondant au besoin de proximité entre une marque et son public, le live offre la possibilité de partager **une expérience unique et en direct avec son audience** : une réelle opportunité pour le marketing viral.

Votre challenge : attirer votre public à l'événement et maintenir l'attention. De même que vous le feriez lors d'un échange en face à face, les mots d'ordre d'un bon live sont : proximité / exclusivité / interactivité. Mettez sur un habillage graphique adéquat, un présentateur énergique, ou encore une diffusion multicanal. La raison d'être de votre live est de créer une réelle connexion avec votre audience pour développer son engagement et son intérêt envers vous – il vous faudra capter son attention, avec un sujet pertinent qui éveillera et nourrira sa curiosité au fil de la diffusion.



Attention : un live streaming se prépare minutieusement ! Comme toute diffusion en direct, l'erreur est difficilement rattrapable. Si vous sentez que cette technologie n'est pas encore à votre portée, faites confiance à des professionnels tels que nous pour vous accompagner dans la diffusion de vos premiers événements.

4

Internaliser ou externaliser sa production ?

Choisissez la solution qui correspond le mieux à vos projets

PRODUIRE SOI-MEME OU SOLLICITER UNE AGENCE ?

Il est tout à fait légitime de se demander s'il est plus judicieux d'internaliser ou d'externaliser sa production. La création audiovisuelle est un véritable métier et le type de vidéo à réaliser est à prendre en compte ; Si certains contenus peuvent être produits à moindre coût par l'entreprise, il vaudra peut-être mieux en confier d'autres (vidéos promotionnelles, animations 2D...) à des spécialistes.

Mais alors comment choisir ? Videlio est là pour vous aider !

Si :

- 1 Vous disposez des compétences internes nécessaires
- 2 Vous avez le matériel pour produire du contenu qualitatif
- 3 Vous avez un budget plutôt restreint
- 4 Vous pouvez former un salarié à la création vidéo et vous équipez (location/achat de caméras, micros, lumières, logiciel...)
- 5 Vous êtes pressé(e) par le temps

Alors nous vous conseillons **d'internaliser votre production**.

A l'inverse, **externalisez votre production** si :

- Vous n'avez aucune compétence dans le domaine et ne savez pas par où commencer ni quel chemin suivre
- Vous ne possédez pas de matériel professionnel
- Le temps passé en interne dû au manque de connaissances finit par dépasser le budget que demanderait une agence de production externe pour un travail plus professionnel
- Vous allez dépenser plus Sinon avez-vous le temps et le budget pour former et équiper (achat ou location de caméra / lumière / micro / ordinateur / logiciels etc) un salarié qui sera en charge de la création de vidéos ?

Chez Videlio, nous vous accompagnons sur les deux solutions : l'installation d'un studio tout équipé directement chez vous et la location d'un studio d'enregistrement vidéo.



Découvrez
nos studios
faits pour vous !

L'offre Studio à installer chez vous

Un studio fixe chez vous ! Nos experts Videlio vous installent un studio sur-mesure, rien que pour vous !

Créez, enregistrez, traitez et diffusez en live des vidéos grâce à une solution simple et clé en main.

- Captation de qualité professionnelle avec caméra broadcast, prise de son et éclairage
- Idéal pour vos conférences de presse, discours, webinars, formations ou présentations

NOS STUDIOS SUR-MESURE

Studio Mobile

à partir de 10m²

Reproduisez une captation de qualité
plateau n'importe où !

Téléchargez la fiche offre



NOS STUDIOS SUR-MESURE

Studio Medium

à partir de 15m²
de 2 à 4 intervenants

Donnez à vos webinars et contenus
enregistrés une qualité professionnelle

Téléchargez la fiche offre



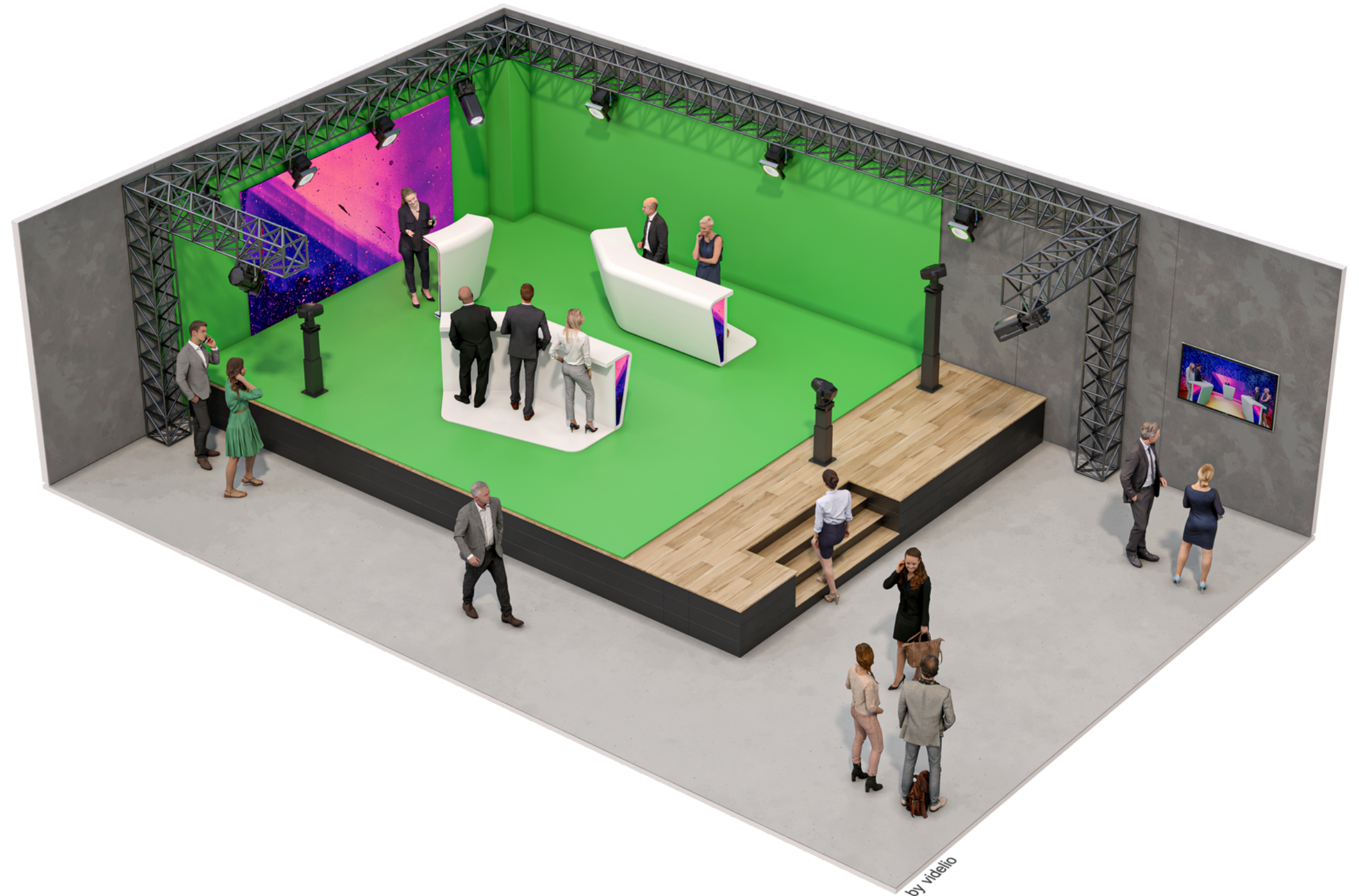
NOS STUDIOS SUR-MESURE

Studio Premium

à partir de 20m²
dès 5 intervenants

Un studio fond LED clé en main
pour une captation réussie

Téléchargez la fiche offre



QUELS AVANTAGES ?



Rentabilité

Créez vos contenus en toute autonomie tout en permettant de réduire les coûts et de gagner en efficacité



Flexibilité

Adaptez rapidement vos contenus face aux besoins et tendances changeant du marché



Engagez vos clients et collaborateurs

Les vidéos sont un moyen puissant de capter l'attention des clients, de présenter des produits/services et de renforcer votre relation avec eux., ainsi qu'avec vos collaborateurs.



Conformité

Gardez un contrôle total sur la qualité et la conformité à la marque de vos contenus audiovisuels. Ainsi, vos vidéos resteront cohérentes avec l'image de marque et les valeurs de votre entreprise.



**Vous n'êtes pas encore sûr de vouloir
installer un studio chez vous ?**

**Pas de problème, nous louons aussi
des studios dans nos locaux !**



Découvrez
La Station 141!

L'offre Location de studios

**L'offre Location de studio d'enregistrement vidéo
Videlio vous propose une solution simple et clé en main
pour créer et diffuser votre événement digital.**

- Captation de qualité professionnelle avec caméra broadcast, prise de son et éclairage.
- Une équipe technique dédiée pour votre événement.
- Idéal pour vos conférences de presse, discours, webinars, formations ou présentations clients.



Prêt à vous lancer ?

Contactez-nous !