

## AVEZ-VOUS PENSÉ À UNE WEB-TV POUR VOTRE MARQUE ET/OU ENTREPRISE ?

### QU'EST-CE QU'UNE WEB-TV ?

**1** Une web-TV est un ensemble de contenus vidéo destinés à votre communication interne et/ou externe. Ces contenus sont diffusés via votre site, votre intranet, un site dédié ou plus simplement via Facebook, Youtube, Dailymotion, etc. Ces contenus sont organisés par thèmes, périodicité et peuvent être complétés par des photos, des textes ou des documents à télécharger. Enfin, il est possible d'interagir avec les internautes par des commentaires par exemple.

On appelle ce dispositif «web-TV» car souvent les contenus adoptent des formats comparables à ceux de la télévision : actualités, reportages, interviews, débats, voire des directs pour des occasions particulières comme des conventions ou lancements de produits. Ces contenus peuvent avoir d'autres formes : clips, fictions, démonstrations, formations, etc.

### QUELS SONT LES ENJEUX ET OBJECTIFS D'UNE WEB-TV ?

**2** La web-TV complète les moyens et médias usuels utilisés par les entreprises et les marques : publicité, plv, print, mailing, journaux, etc.  
La web-TV apporte tous les avantages de la vidéo (l'image et le son, la convivialité, la facilité d'accès, la capacité de retenir l'attention, etc.) et la possibilité de structurer des styles de contenus selon des objectifs précis.



Une web-TV est une solution pour atteindre divers objectifs de communication.

### En communication interne :

Expliquer et renforcer la culture d'entreprise,  
Accompagner un changement : acquisition/fusion, changement d'organisation, restructuration...  
Sensibiliser à des enjeux particuliers comme la sécurité ou les risques,  
Transmettre des savoirs et des méthodes,  
Présenter des métiers, recruter, etc.



### En communication externe :

Présenter de nouveaux produits ou services,  
Valoriser des expertises métiers ou connexes,  
Fidéliser des clients,  
Partager avec des partenaires revendeurs, installateurs, franchisés...  
Recruter, etc.



Répondre à ces exemples d'objectifs revient essentiellement à concevoir et produire 3 types de contenus :

1. **Des contenus d'information** traités sous forme d'interview, reportage, journal, magazine, portraits, micro-trottoir...,
2. **Des contenus événementiels** : conférence, débat, communiqué de presse, convention, soirée, lancement, émission en live,
3. **Des contenus d'expertise** : démonstration, formation, cas client, mode d'emploi, etc.

Une web-TV peut être créée pour une durée limitée ou permanente (dans la pratique un ou deux ans).

## TROIS EXEMPLES/CONCEPTS DE WEB-TV :

### 1. La web-TV en complément d'un magazine papier interne :

Son contenu complète et développe les articles de la version papier (visite d'un site, un chantier, un laboratoire, interview complète, présentation détaillée d'un nouveau produit, portrait vivant d'un collaborateur, cas clients, etc.) et apporte un contenu chaud : message des dirigeants, lancement, nomination, contenus locaux... L'accès se fait via un pdf interactif du magazine par clic sur des images et/ou icônes, ou/et un site intranet dédié.

### 2. La web-TV support d'un programme de formation ou de sensibilisation :

Série de modules de formation et/ou didacticiel sur des règles de sécurité, des nouveaux process, des produits, etc. Les contenus peuvent être complétés avec des documents à télécharger, des autoévaluations en ligne par QCM (tant que les résultats du QCM ne sont pas satisfaisants, l'internaute ne peut pas accéder à la vidéo suivante), etc.

### 3. La web-TV pour valoriser l'image d'une marque vers les consommateurs, créer un autre lien et du buzz. On peut imaginer, par exemple :

- Une série de vidéos de démonstration : pas-à-pas pour des marques de loisirs créatifs, cosmétiques, bricolage, cuisines, électroménager, etc.
- Une mini-série fiction avec un jeu à la fin de chaque épisode pour des marques de food, boissons, téléphonie, biens d'équipements, etc.
- Des concours ou challenges ouverts à des consommateurs ou des ambassadeurs de la marque (people, blogueurs...). Le contenu est sous forme de feuilleton avec des jeux et des animations relais sur les réseaux sociaux et/ou en point de vente.

## POURQUOI FAIRE APPEL À CINEQUANON ?

- L'expérience de plusieurs web-TV corporate et des contenus de l'information à la fiction en passant par la captation en live.
- Un savoir-faire global, de la définition de la stratégie de la web-TV (analyse, objectifs, concept, contenus, déroulé, enjeux connexes) à la production (écriture, journalistes, présentateurs, comédiens, plateaux, production et post-production) et la diffusion (élaboration des dispositifs, site dédié, Facebook, plateformes, etc.).
- Un réseau de plus de 150 journalistes et cadres en France et en Europe, comédiens, réalisateurs, graphistes, monteurs, musiciens, décorateurs, etc.
- Une double expertise de la communication d'entreprise, de marque et de la télévision (télé-réalité, fiction, jeux, talk-show, information, documentaires...).

**Cinequanon est une filiale du groupe Telfrance,  
1<sup>er</sup> producteur indépendant de programmes TV en France.**

250 bis, bd Jean Jaurès - 92120 Boulogne-Billancourt - Tél. 01 55 20 99 00  
Contact : Cédric Boisset - cboisset@cinequanon.com