

Création d'expériences virtuelles : un guide pratique

En 2019, les internautes ont regardé 1,1 milliard d'heures de vidéo en direct. D'ici à la fin de 2020, la diffusion en direct devrait représenter 82 % de l'ensemble du trafic internet. Ce guide vous préparera à présenter vos contenus et produits à votre public, rapidement et à peu de frais. Oubliez les gros budgets !

POURQUOI PASSER AU VIRTUEL?

Générer des rentrées d'argent immédiates

Atteindre de nouveaux marchés
et de nouveaux auditoires

Concevoir des produits ou services
en ligne fiables et performants

Informers en toute sécurité de
nouveaux clients potentiels

Favoriser la participation en entretenant la
communication avec le public existant

Annoncer les nouveautés



Création d'expériences virtuelles : un guide pratique

VIRTUAL TOUR / VISITE VIRTUELLE

Les visites virtuelles donnent l'impression d'être là en personne. Il peut s'agir de courtes vidéos panoramiques ou de séquences plus longues. Avec ou sans narration, elles capturent les images et les sons que vos clients ou visiteurs pourraient ressentir s'ils vous rendaient visite en personne.

Exemple

- 1) Le Musée de Saint-Boniface Museum a hébergé des visites virtuelles sur YouTube et les a partagées sur Facebook.
- 2) Barney Morin en direct sur Facebook pour une visite virtuelle de Saint-Boniface dans le cadre de la Fête du Canada.

Avantages

- Peut être réalisé à distance.
- Peut être réalisé par le personnel ou des bénévoles.
- Idéal pour donner un avant-goût.
- Peut être préenregistré (possibilité d'utiliser un meilleur équipement).
- Pas besoin de s'inquiéter de la connexion Internet.
- Peut être monnayable.



EXPÉRIENCE EN DIRECT

Une expérience en direct est une vidéo diffusée en direct sur vos chaînes de médias sociaux au moment même où elle est enregistrée. C'est la version médias sociaux de la télévision en direct. Les algorithmes de Facebook et d'Instagram favorisent la diffusion d'expériences en direct et sont excellents pour susciter la participation. En d'autres termes, vous obtenez plus de vues.

Les expériences en direct offrent la possibilité d'entrer en contact avec votre public en temps réel. Les vidéos peuvent être visionnées même après la fin de la diffusion.

Exemple

- 1) Espèces en vedette au centre de réhabilitation Wildlife Haven.
- 2) *Summer Saved—Royal Canadian Mint* par Tourisme Winnipeg.

Avantages

- Idéal pour plusieurs capsules.
- Vous pouvez répondre aux questions en temps réel.
- Les gens pourront participer.
- Peu de matériel nécessaire (téléphone et éventuellement un microphone externe).
- Le public peut influencer le contenu.

Points à considérer

la connexion Internet doit être efficace et la personne doit être en mesure de lire les commentaires du public et d'y répondre.

Création d'expériences virtuelles : un guide pratique



ÉVÈNEMENT VIRTUEL

La seule différence entre un événement virtuel et un événement ordinaire est que les gens se réunissent en ligne à heure fixe sur un réseau comme Zoom, Facebook Live ou Instagram Live. Les événements virtuels exigent une coordination étroite pour fixer la date, l'heure, le médium et l'objectif. Il faut également lancer une invitation ou publier un message sur les médias sociaux pour susciter l'intérêt du public, mais une fois cette étape franchie, ils peuvent se révéler une manière amusante et créative d'entrer en contact avec votre public.

Exemple

- 1) Gala du homard virtuel 2020
Théâtre du Cercle Molière.

Avantages

- Ces événements peuvent être monnayables.
- La publicité en amont est une excellente façon d'accroître la participation du public.

Points à considérer

la connexion Internet doit être efficace et la planification et la coordination doivent être des plus minutieuses.

Captation de votre vidéo :

trucs et astuces

La captation d'une vidéo parfaite pour votre entreprise ou votre destination peut être intimidante, surtout si c'est votre première expérience. Toutefois, la plupart des téléphones intelligents disposent déjà de l'équipement nécessaire, au creux de votre main. Quelques trucs et astuces et un peu d'entraînement, et vous pourrez réaliser de nombreuses vidéos captivantes pour votre public. Voici quelques conseils pour débiter!

GÉNÉRAL

- Soyez conscient de votre environnement. Tenez compte du bruit — comme les avions, les trains ou la circulation — si vous êtes à l'extérieur, et de l'écho à l'intérieur. Prenez le temps d'écouter le son de votre captation avant de procéder à la captation définitive.
- Enregistrez quelques secondes de plus au début et à la fin de chaque captation. Cela vous aidera pour le montage.
- Nettoyez l'objectif de votre caméra avant de commencer à filmer.
- Assurez-vous que la mise au point et la balance des blancs sont correctes.
- Disposer d'un plus grand nombre de séquences courtes offre davantage d'options de découpage. Il est difficile de monter un long segment de vidéo.
- Prenez le temps d'installer et de configurer votre éclairage avant de commencer.
- Tournez plusieurs vidéos dans la même journée. Changez la tenue vestimentaire ou la coiffure de votre sujet pour créer l'illusion de journées différentes. Vous pouvez ensuite publier vos vidéos tout au long de la semaine ou du mois.

ÉCLAIRAGE

Évitez le contre-jour : lorsque vous filmez, pensez à la source de lumière. Celle-ci doit être devant les sujets plutôt que derrière eux.

Acceptez le ciel nuageux : les nuages ou un ciel légèrement couvert sont une bonne chose! Ils fournissent une belle lumière diffuse pour votre sujet.

Fixez le moment de votre tournage à l'**heure magique** : la lumière plus douce du matin et de la fin de l'après-midi est connue sous le nom d'« éclairage magique » en raison de sa douceur et de sa chaleur. C'est le moment idéal pour filmer à l'extérieur.

Attention aux ombres : elles peuvent être favorables ou défavorables. Si la lumière est vive et forte — vers l'heure du midi —, essayez de trouver un endroit à l'ombre pour filmer. Placez-vous soit à l'abri de l'ombre, soit dans l'ombre. Évitez d'être entre les deux.

Captation de votre vidéo : trucs et astuces

SON

Le **vent** peut générer un son désagréable. Un vent direct peut étouffer la voix si vous n'avez pas une bonne bonnette de microphone. Il est également possible de protéger votre microphone avec vos mains. S'il y a du vent, enregistrez plusieurs prises pour vous assurer que le sujet est bien audible.

Vous pouvez enregistrer le son en **utilisant deux téléphones**. Placez-en un dans la poche de votre sujet et enregistrez, puis filmez avec l'autre appareil. Vous aurez ainsi deux pistes audio à monter plus tard, ce qui vous sera très utile.



FONCTIONNEMENT DE LA CAMÉRA

Vérifier les paramètres de la caméra : cliquez sur Paramètres > Appareil-photo > Enregistrez une vidéo sur n'importe quel téléphone. Les professionnels suggèrent :

- 4 k à 30 ips pour de la haute résolution
- 1080 p HD à 30 ips pour une bonne résolution numérique
- 1080 p HD à 240 ips pour les ralentis.

Prendre en compte le format : sur quels médias souhaitez-vous diffuser cette vidéo? Si c'est pour plusieurs réseaux, filmer horizontalement vous donne plus de flexibilité. Si c'est pour Facebook, filmez aussi horizontalement. Si c'est pour Instagram, filmez verticalement.

Cadrage : la règle des tiers s'applique toujours. Faites asseoir votre sujet légèrement sur la droite ou sur la gauche plutôt qu'au milieu. Certains téléphones disposent de l'option quadrillage, pour vous aider à vous aligner correctement.

Stabilité : Ceci est important. Utilisez les deux mains, placez les coudes près du corps, ou n'utilisez pas vos mains du tout : placez votre appareil-photo contre une chaise, une table, une pierre, une clôture, etc. Vous pouvez également investir dans un trépied.

QUOI PORTER?



Tenue appropriée : professionnelle ou décontractée, propre, couleurs unies, marque appropriée, présentable.



À éviter : le blanc, le noir ou le rouge vif, les fines rayures ou les motifs, les vêtements sales ou fripés.

Captation de votre vidéo : trucs et astuces

LES TROIS ÉTAPES DE LA PRODUCTION

1 | Préproduction (*planification*) : Définissez votre message et votre objectif. Rédigez un scénario (restez simple). Préparez-vous. *Consultez le questionnaire à la fin de ce document.*

2 | Production (*captation*) : Exercez-vous! Faites plusieurs prises, chacune sera meilleure que la précédente. Posez-vous la question : est-ce captivant? Est-ce que je regarderais cette vidéo? Souriez et amusez-vous!

3 | Postproduction (*montage et publication*) : Utilisez votre script comme guide pour le montage. Servez-vous de la musique pour donner le ton. Adoptez un même format pour toutes vos vidéos.

VIDÉO EN DIRECT

Au-delà des astuces vidéo ci-dessus, il y a quelques considérations particulières à prendre en compte lors de la planification d'une vidéo en direct. Notamment, les points suivants :

Choisissez un endroit avec un **fond neutre**, à savoir un mur uni, et essayez d'éviter les autres distractions visuelles dans le cadre.

Préparez votre contenu et **exercez-vous**. Il est préférable d'avoir un scénario ou des notes d'allocution. Ce n'est pas le meilleur format pour improviser!

Assurez-vous que votre **connexion Internet est fiable et performante**.

MONTAGE

Il existe toute une série d'applications de montage vidéo mobiles et conviviales. Téléchargez-en quelques-unes et amusez-vous. En voici quelques exemples :

- iMovie
- applications de photo Apple iOS
- Videoleap
- VSCO Cam
- Adobe Premiere Rush
- Adobe Premiere CC
- Final Cut

Annoncez votre vidéo en direct à l'avance. Laissez suffisamment de temps à votre public pour se connecter.

Testez la vidéo en direct en modifiant les paramètres de confidentialité sur « **Moi uniquement** » avant de lancer le direct.

Établissez le contact avec votre public en répondant aux questions et aux commentaires. Ayez une deuxième personne à votre disposition pour vous aider dans cette tâche.

Cliquez ici pour un webinar plus détaillé (en anglais seulement) :



youtube.com/watch?v=C7FHg3xb7uw

Captation de votre vidéo : trucs et astuces

QUESTIONS À SE POSER AVANT DE COMMENCER

Quel est mon message, en **une** phrase?

Quel est le **titre** de ma vidéo?

Qui est mon **public cible**? : pourquoi est-ce que cette vidéo s'adresse-t-elle particulièrement à ces personnes?

Date de publication : pourquoi celle-ci en particulier?

Suivi de cette vidéo : Qu'est-ce qui **suivra** cette vidéo? Qu'est-ce que je compte faire pour vérifier son impact ou pour perpétuer son message dans le futur? Est-ce que ce sera le même contenu ou du nouveau contenu?

Contenu de la vidéo en mots et images :

- Quelles sont les trois choses les plus importantes dont le public doit se souvenir?
- Quel est le contexte choisi pour livrer les trois points les plus importants de mon message?
- Quel ton est-ce que je choisis pour décrire le contexte?
- Les gens se souviennent des histoires. Quelles seraient deux caractéristiques principales de mon histoire?
- De quelle façon les images, les couleurs et les décors vont-ils venir soutenir mon message?
- Comment est-ce que le son, la voix et la musique vont-ils soutenir mon message?
- Quels champs lexicaux passent mieux à l'oral qu'à l'écrit? Les amis et membres de la famille peuvent aider à tester le contenu avant la rédaction d'un texte adapté à la communication orale.

Source :

Virtual Experiences Best Practice Guide, Destination British Columbia

