

Instagram TV en 30 minutes

A propos de Yan Luong

CDI - 2006-2018

- Couleur 3
- Montreux Jazz Festival
- Radio Télévision Suisse
- EPFL
- Présence Suisse (DFAE)
- Comité International de la Croix-Rouge
- Foraus - le think tank suisse de politique étrangère

Mandats - 2017-2021

- UNIGE / SAWI / EPFL / HEMU
- Suisse Tourisme / Fribourg Région
- Pro Helvetia
- Département de la culture du Canton du Valais
- Bureau de l'information de l'Etat de Vaud
- Ville de Lausanne
- Direction de la culture de la Ville de Vevey

[Cliquez ici](#)

Vidéo pour les médias sociaux

Le thème de la vidéo doit correspondre :

- À votre stratégie (valeur ajoutée pour votre organisation)
- Aux besoins et envies de votre public (valeur ajoutée pour votre public)

Les types de vidéo qui marchent :

- Les “how to” (valeur ajoutée pour le public)
- Les tutoriels (valeur ajoutée pour le public)
- Les “top 10” (valeur ajoutée pour le public)
- Les portraits émotionnels et positifs (de votre staff, de vos partenaires, de vos client.e.s)

Vidéo pour les médias sociaux

La qualité d'exécution dépend du type de vidéo

- Un live peut être de qualité "amateur"
- Une story peut être de qualité "amateur"
- Une vidéo en publication principale (post), Instagram TV, Facebook TV, Youtube) doit être professionnelle

Lors du développement d'une charte graphique (Corporate Identity), pensez à intégrer au brief :

- Animations (logo animé, slides d'intro et d'outro de vidéos)
- Sound Design (votre signature sonore pour les vidéos)

Vidéo pour les médias sociaux

Les formats de vidéos Instagram

- Story : 9/16 - jusqu'à 15 secondes
- Instagram TV : 16/9 ou 9/16 - jusqu'à 30 minutes
- Posts Instagram : 16/9, carré, 9/16 - jusqu'à 1 minute

Quand vous faites produire une vidéo :

- Pensez votre brief video en multi formats (16/9 - carré - 9/16) ou en mono format recadrable pour les différents usages
- Depuis la vidéo mono format (par exemple du 16/9), faites vos recadrages (vers le carré ou le 9/16) et le sous-titrage avec [Kapwing.com](https://www.kapwing.com)

Vidéo pour les médias sociaux

3 musts

- Les 8 premières secondes sont les plus importantes (moment fort, teaser de ce que l'internaute va apprendre dans la vidéo)
- Sous-titres et sur-titres (l'internaute ne met pas le son)
- Valeur ajoutée : ne parlez pas de vous, parlez à votre client