

Temps de lecture : 3 min

## **Brut et Konbini ont créé un format de vidéo devenu un must de la communication institutionnelle. Comment l'utiliser quand on est expert-comptable, notaire ou avocat et en faire un instrument de visibilité efficace ?**

En 2019, nous nous demandions [“comment ces génies de la vidéo arrivent-ils à atteindre des taux d'engagement inégalés sur Facebook et Twitter ?”](#) ; aujourd'hui nous ajouterions Tiktok, Instagram et Youtube. Alors, avec tous ces nouveaux canaux, qu'est-ce qui a changé ?

Si vous ouvrez votre application Instagram, vous avez de grandes chances d'arriver directement sur un Réel et pour cause, avec ce nouveau format, s'inventer cinéaste le temps d'un instant, n'a jamais été aussi simple. Cependant, n'est pas impactant qui veut ! Quelques modèles persistent et s'imposent comme de véritables mastodontes dans le milieu.

## **La vidéo Brut, un incontournable de l'information**

Celui que l'on nomme “le nouveau média des millenials” s'est spécialisé dans les vidéos de storytelling.

Voici les ingrédients de cette recette à succès :

- utilisez des vidéos d'archives ou des stocks d'images;
- retranscrivez votre script en sous-titres afin d'offrir à votre communauté la possibilité de suivre la vidéo sans son;
- limitez votre vidéo à 2 minutes maximum;
- publiez aux horaires permettant d'avoir l'attention nécessaire pour votre information : lors de la pause déjeuner ou le soir.

## **Le format Konbini, dynamique et impactant**

Véritable référence de la pop culture, Konbini est la promesse d'avoir un format **snack-contents** impactant. Parfait pour une communication d'entreprise insolite, nous vous



“On va faire une vidéo type Brut ou Konbini”

donnons les clés pour réussir votre vidéo :

- avoir une bonne accroche pour captiver votre audience dès les 3 premières secondes de la vidéo;
- choisir un cadrage face caméra resserré;
- faites tourner la caméra sans faire de pause, quitte à faire le tri au montage.
- du rythme, du rythme et du rythme ! Marchez au tempo, enchaînez les questions pour garder un contenu dynamique.
- poser les bonnes questions : inattendues, voire absurdes et courtes !
- répondre du tac au tac quitte à avoir des réponses insolites.
- n’oubliez pas de sous-titrer votre vidéo pour permettre de la visionner sans son.
- choisissez une musique qui donne du rythme et n’hésitez pas à ajouter des effets sonores pour gagner du temps.

Une fois votre vidéo réalisée, le choix de votre plateforme de diffusion dépendra de vos objectifs et de votre cible.

Pour un contenu purement corporate, nous vous recommanderons de publier sur LinkedIn. Si vous souhaitez relancer votre marque employeur, Instagram permet de construire une belle vitrine pour votre entreprise. Enfin, si vous souhaitez créer un contenu divertissant et insolite à objectif viral, TikTok sera le réseau à privilégier.