

Script Vidéo : Bande Annonce Chaîne YouTube

Avant propos

Ce document est mis à votre disposition gratuitement. Vous n'êtes pas autorisé à diffuser ce document. Son auteur a fait de son mieux pour donner une information fiable, actuelle et pertinente. Cependant, l'auteur ne pourra être tenu responsable pour les résultats qui pourraient survenir ou pas de l'application des méthodes décrites dans ce document.



Amicalement,

Thomas Gasio - Blog-Marketing-Video.fr

Quel usage ?

Ce modèle de message est conçu pour la bande annonce de votre chaîne YouTube.

A quoi sert une bande annonce YouTube

Sur un site internet ou blog, il est évident d'avoir une page de présentation ou une page à propos de l'auteur. Sur YouTube, la bande annonce remplit ce rôle : présenter les objectifs de votre chaîne, surtout si vous publiez fréquemment vos vidéos sur YouTube. Un autre avantage avec YouTube : cette bande annonce s'affiche à ceux qui visitent votre chaîne sans être encore « Abonnés ». La bande annonce YouTube est donc un très bon moyen d'inciter un visiteur de passage à s'abonner et rester ainsi informé à chaque fois que vous publiez une nouvelle vidéo.

Précision importante

Je vous présente ci-après la structure de bande annonce qui est à mon sens la plus logique pour convertir un visiteur de passage en abonné. Libre à vous selon vos objectifs et selon votre domaine d'activité de faire différemment : vous pouvez jouer sur une bande annonce plus décalée, drôle, créative...

Je préconise la structure suivante :

- Vous présenter brièvement pour créer une première connexion.
- Présenter le contenu de votre chaîne : quels objectifs, quelle promesse : susciter un intérêt ou un désir de vous suivre. **Bonne pratique : si vous avez déjà publié pas mal de vidéos, je vous recommande ici de montrer les meilleurs extraits (de très courts extraits) comme une bande annonce de cinéma.**
- Appel à l'action « s'abonner à chaîne » et donner une raison pourquoi le visiteur devrait s'abonner. Même si la raison vous paraît évidente, donnez-la quand même.

Modèle de message

Bonjour, je suis Thomas, spécialiste en marketing vidéo et YouTube ; j'accompagne les entrepreneurs et les créatifs à tirer le meilleur de YouTube pour se faire connaître au reste du monde.

C'est mon « pitch » ou comment me présenter une phrase magique qui contient : ma spécialité / pour qui / pour quoi / bénéfice.

Sur ma chaine YouTube, je partage avec vous les conseils et les bonnes techniques pour vous aider :

- *A bâtir votre réputation sur YouTube*
- *A réaliser des vidéos d'allure professionnelle*
- *Mieux référencer vos vidéos et convertir vos visiteurs en abonnés.*
- *Utiliser YouTube comme une source formidable de visiteurs qualifiés vers votre propre site.*

Ce qui est différent ici par rapport à ma vidéo d'accueil d'un visiteur sur mon blog : j'adapte mes promesses au média YouTube. Je m'adresse à des visiteurs YouTube. Pour une bande annonce YouTube, il est préférable de faire court et comme une bande annonce de cinéma, il faut montrer le meilleur de vous-même et faire une très bonne impression.

Premier exemple d'appel à l'action pour « s'abonner à ma chaîne » :

En vous abonnant à ma chaine Youtube, vous pourrez suivre l'intégralité des vidéos qui je l'espère vous aideront à mettre en œuvre les bonnes stratégies liées à la vidéo sur YouTube.

« Suivre l'intégralité » = notion d'abondance + un rappel de bénéfice.

Deuxième exemple :

Cliquez sur le bouton « s'abonner » pour être sûr de recevoir chaque semaine mes meilleurs conseils pour votre stratégie vidéo sur Youtube

Un appel à l'action plus spécifique + « être sûr de recevoir » (la peur de manquer une vidéo). Le fait de s'engager sur une fréquence de publication incite davantage le visiteur à s'abonner (le terme abonnement prend ici tout son sens).

La vidéo réalisée à partir de ce message dure environ 1 minute. Etendre à 2 minutes avec des aperçus de vos vidéos est une bonne pratique.