

La vidéo est devenue un format incontournable du marketing digital. B2C comme B2B, aucune organisation n'échappe à cette tendance. La question n'est donc plus de se demander si la vidéo marketing en B2B est pertinente, mais comment implémenter le format dans une stratégie d'entreprise.

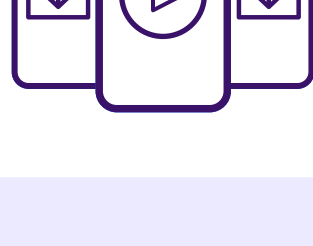
# Le format vidéo en B2B

## L'impact du format vidéo B2B

En 2022

**82%**

du trafic internet mondial se fera sur de la vidéo cette année.



La vidéo capte 90% plus de fois l'attention :



d'un message vidéo est retenu par l'internaute



pour un message texte

### Les spécialistes

**94 %**

des spécialistes du marketing affirment que la vidéo a aidé les utilisateurs à mieux comprendre leur produit ou service.

**87 %**

des spécialistes du marketing déclarent que le contenu vidéo les a aidé à générer plus de trafic vers leur site Web.

### Les consommateurs

**86 %**

des internautes aimeraient voir plus de vidéos de marques.

**70 %**

des consommateurs préfèrent découvrir un produit ou un service en vidéo plutôt que de le lire.

## Le format vidéo dans la stratégie d'entreprise en B2B

### Pourquoi intégrer la vidéo dans sa stratégie d'entreprise en B2B ?

La vidéo est une **solution simple et originale pour captiver, informer**, faire découvrir votre entreprise et votre créativité à un grand nombre de consommateurs. Elle augmente les ventes, développe l'image de marque et améliore la relation client.



Captivez

Attirez

Séduisez

**73%**

des spécialistes du marketing B2B affirment que la vidéo a un impact positif sur le ROI.

Le taux de clic est

**27%**

plus important avec une vidéo.

Le taux de conversion web est supérieur de

**34%**

avec une vidéo.

**80%**

Une vidéo sur une landing page augmente le taux de conversion sur cette même page.



Un e-mail à

**96%**

de chance d'être lu lorsqu'il contient une vidéo.

La vidéo permettrait une amélioration de la notoriété

de **54%**

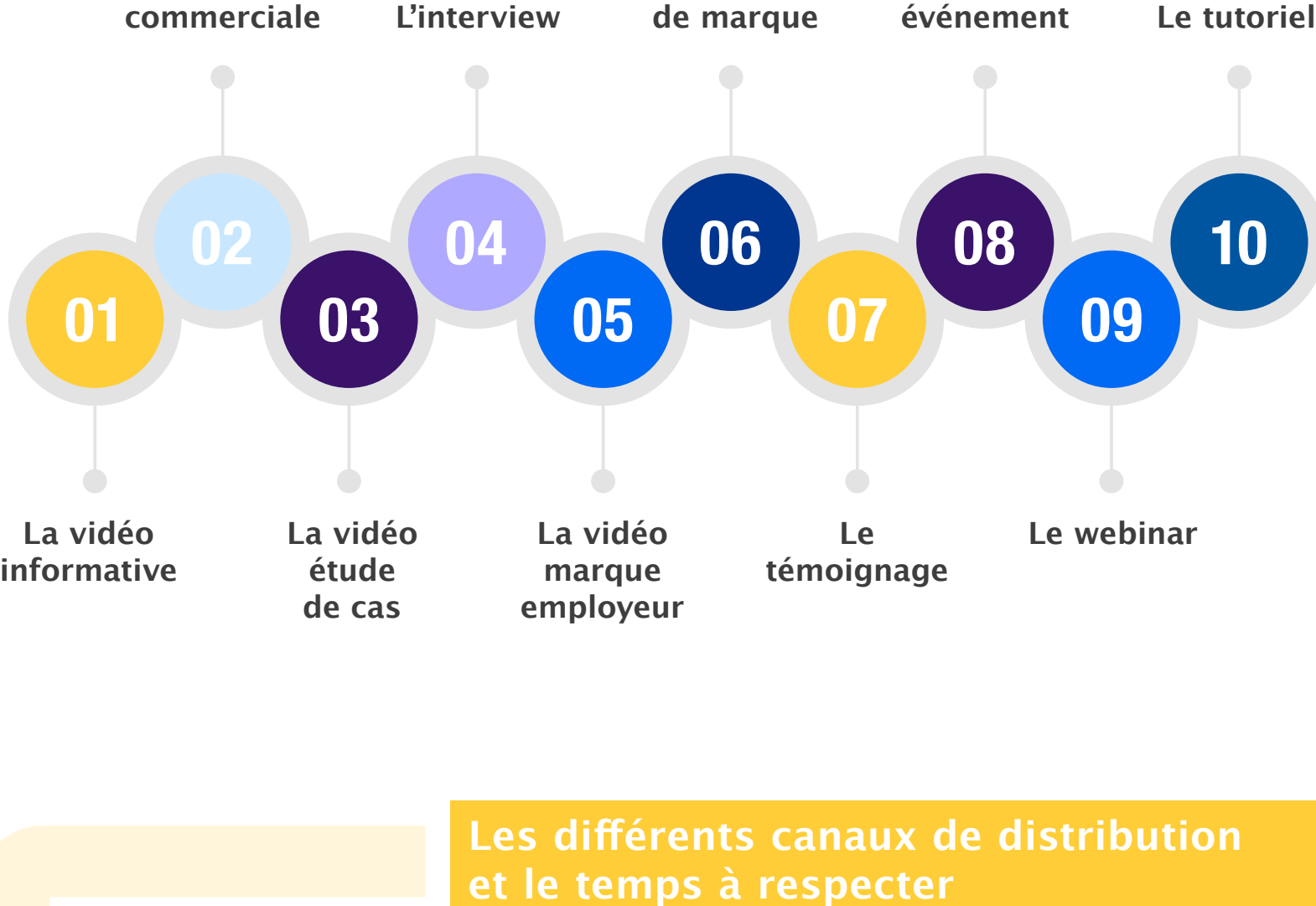
Augmentation de des leads suite à l'usage de campagnes vidéo.

**66%**

## Les différents formats de vidéos en B2B

Les vidéos sont un excellent outil pour expliquer des idées complexes. En apportant des informations de façon simple et divertissante, elles permettent une meilleure compréhension du message.

### Top 10 des vidéos à utiliser en B2B ?

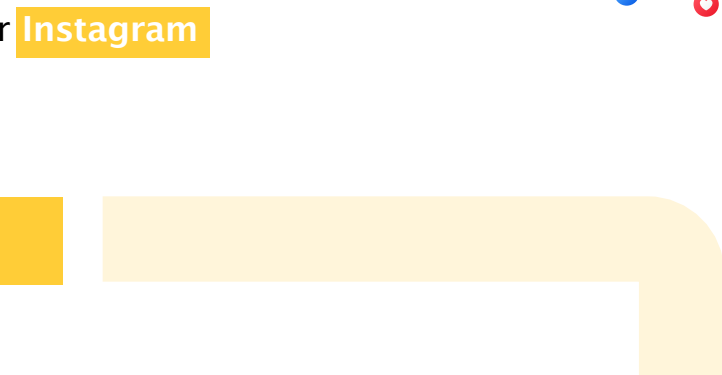


## Les différents canaux de distribution et le temps à respecter

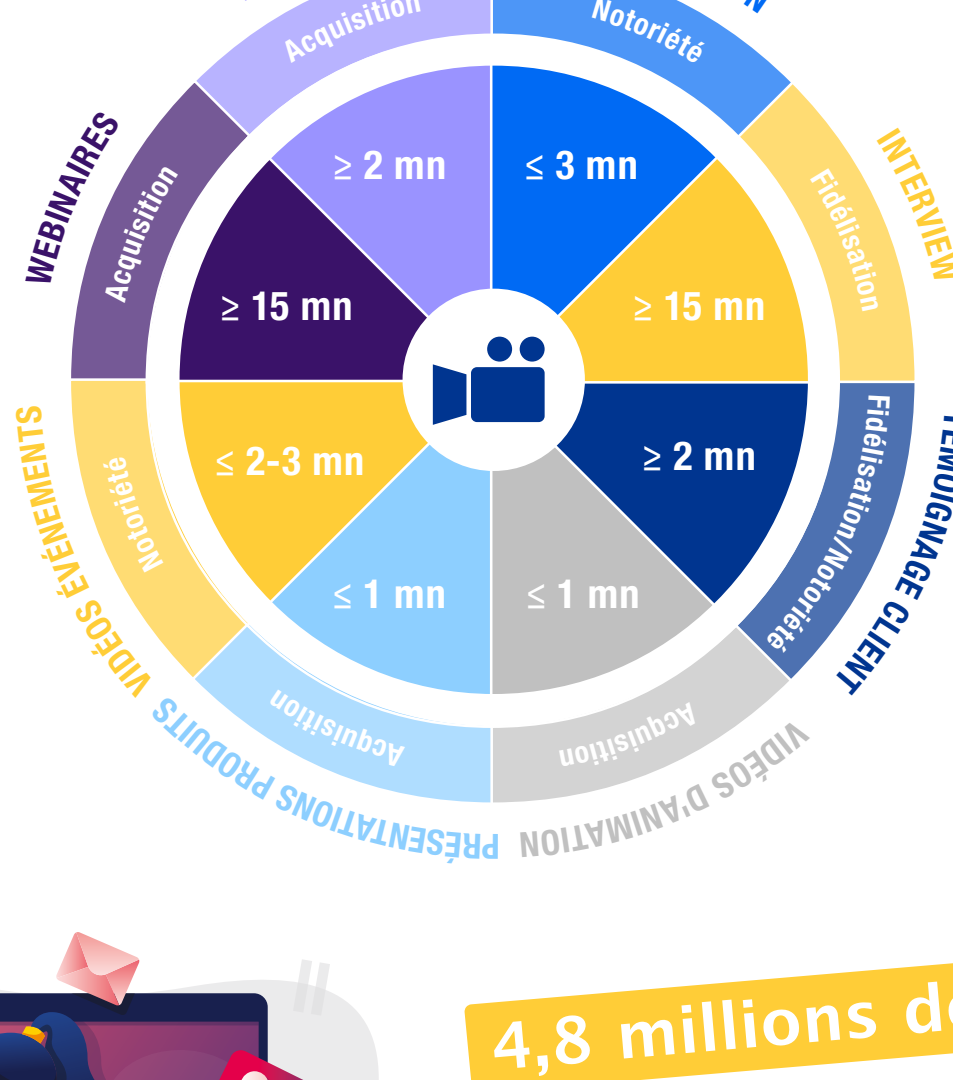
### Les réseaux sociaux et le format vidéo B2B

**8 milliards** de vidéos sont vues en moyenne chaque jour sur **Facebook**.

Chaque année, le nombre de vidéos postées sur **Instagram** est **multiplié par 4**



### Durée idéale et types de vidéo



**4,8 millions de vues**

Les vidéos de type snack content, avec une longueur entre 0 et 30 secondes sont celles qui ont été le plus consultées.

**+140%**

C'est l'augmentation des vidéos longs formats (3 à 60 min) depuis 2019

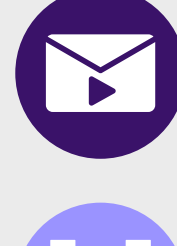


**85%** de l'audience verra la vidéo jusqu'au bout

Une vidéo de moins de 2 minutes est vue en moyenne par **70%** de l'audience

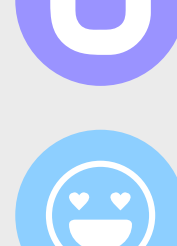
Une vidéo de 2 minutes est vue par **50%** de l'audience

## À RETENIR



### Combiner vidéo et mail

Essayer d'ajouter une vidéo à vos e-mails marketing et à vos pages de destination



### Vidéo informative

La vidéo marketing B2B doit être informée par les intérêts et les besoins du marché cible



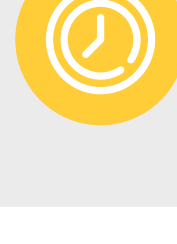
### Connaître son client

Connaître les désirs de son public est la base de tout marketing réussi, pas seulement de la vidéo !



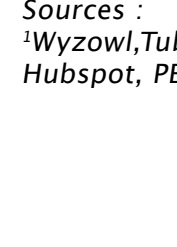
### Animer vos vidéos

Pour rendre la vidéo attrayante et accessible, utilisez l'humour, la narration et les visuels, comme l'animation et les couleurs qui attirent l'attention.



### Vos valeurs sont vos meilleures amies

Les meilleures vidéos de marketing B2B trouvent l'histoire humaine dans leur produit, tout en restant sur la marque.



### Temps idéal

Une vidéo en 3 minutes pour en résumer le contenu et un webinar pour aller plus loin de manière interactive avec les prospects déjà engagés.

Sources : Wyzowl, Tubular Insight, Merchant, Cisco, Google research, Hubspot, PEECH

## Infopro Digital Média, votre partenaire pour cibler les décideurs B2B

Parce que le marché du B2B est en constante évolution, nous avons développé un panel de solutions innovantes pour vous aider à anticiper les besoins des décideurs B2B, à augmenter votre chiffre d'affaires et à rencontrer vos futurs clients.

Nos solutions, clés en main, s'appuient sur 35 marques médias puissantes\*, influentes et leaders sur votre secteur. Adresser le bon message à la bonne personne au bon moment sur le bon canal de communication : voici notre promesse !

Nous rassemblons chaque mois 12 millions de visiteurs uniques, décideurs et experts avec 56% d'audience exclusive par rapport aux autres sites économiques et disposons d'une data 1<sup>st</sup> party de 4 millions de professionnels intentionnistes qualifiés.

\*LSA, Moniteur, L'Argus de l'assurance, La Gazette des Communes, L'Usine Nouvelle, L'Usine Digitale...

### Une question ? Un projet ?

Contactez **Stéphanie GUILLOTIN**

[stephanie.guillotin@infopro-digital.com](mailto:stephanie.guillotin@infopro-digital.com)

07 65 16 91 43

**CLIQUEZ ICI** pour nous suivre

**INFOPRO DIGITAL MEDIA**

La page LinkedIn suit toute l'actualité de la filière, les salons, les offres, les bonnes pratiques...