

Site Juriforum
<http://www.juriforum.fr/>

Cahiers pratiques

Rubrique : Communication / Identité visuelle et sonore

Fiche n° 28

La vidéo pour se présenter autrement

parue en septembre 2010

Brigitte Van Dorsselaere et Marie Jeannest de Gyvès
Image Juridique

Pour valoriser votre site, capter l'attention de vos clients et démarquer votre Cabinet, enrichissez simplement les pages de votre site web de vidéos.

Un nouveau support de communication permet, en effet, aujourd'hui de présenter le Cabinet autrement qu'en fournissant la liste de ses compétences et de ses équipes, comme il est classique de retrouver sur les supports traditionnels (brochures, sites, newsletters) : il suffit de recourir à la vidéo, outil de communication désormais très accessible et encore trop peu utilisé par la profession.

Le choix d'une interview d'actualité filmée

Pour présenter, de façon originale et vivante ses compétences dans tels domaines du droit ou dans tels secteurs économiques, le Cabinet fera réaliser de courtes vidéos, d'environ 4 minutes, contenant une interview d'un avocat du Cabinet sur un sujet d'actualité relevant de ses domaines d'expertise.

Les interviews seront, de préférence, menées par de vrais journalistes, pour que le ton soit plus percutant. Il peut aussi s'agir d'un « Face à Face » entre un avocat du Cabinet et une personnalité (magistrat, personnalité publique ou acteur de la société civile ...) sur un sujet donné.

Un roulement peut être prévu entre les associés pour :

- renouveler les thèmes
- « coller » au maximum à l'actualité
- donner un véritable panorama des différents domaines d'expertise du Cabinet
- faire vivre le site du Cabinet dans la mesure où cette vidéo sera insérée sur le site du Cabinet

Pourquoi une interview filmée ?

Cette nouvelle forme de support de présentation des compétences, des équipes et du positionnement du Cabinet contribueront :

- à démarquer davantage le Cabinet par l'originalité de la démarche et l'impact fort de l'image
- à renforcer l'identité visuelle du Cabinet en lui donnant une tonalité spécifique (choix de la lumière, mise en valeur des locaux, identité sonore, interview personnalisée...) et un rythme propre induit par le montage du film (montage calme et détaillé pour un Cabinet voulant donner une impression rassurante de confort, de conditions de travail optimales, de sécurité / montage rapide pour un Cabinet désirant plutôt mettre en valeur sa réactivité, son dynamisme, sa jeunesse.....)
- à mettre en avant les hommes, et donc à renforcer *l'intuite personae*, en créant un lien visuel et sonore avec ce dernier : les images et les voix des avocats prendront une tonalité (lumière du Cabinet, ...) deviennent des vecteurs de la communication du Cabinet
- à dynamiser le site du Cabinet
- à souligner la veille effectuée par le Cabinet sur les sujets d'actualité
- à marquer le lien du Cabinet avec le monde économique, politique, social, culturel...
- indirectement, à présenter ses locaux selon le cadre choisi : interview en extérieur pour donner une image dynamique, moderne, «dans la vie», ou bien au Cabinet pour mettre l'accent sur l'aspect « travail »
- bref, à mieux distinguer le Cabinet auprès de ses clients, prospects et futurs collaborateurs par l'originalité de la démarche, le style et le ton retenus.

Où et comment utiliser ce type de vidéo ?

Ces courtes vidéos seront utilisées de différentes façons, en différents lieux :

- accessibles sur le site du Cabinet, dès la page d'accueil et sur les pages de la compétence et de l'avocat (mais hébergées sur des sites de type *Dailymotion* ou encore *Vimeo* pour des vidéos plus longues, ce qui permet de ne pas alourdir le site du Cabinet, d'augmenter la visibilité de la vidéo et aussi de moderniser l'image du Cabinet)
- adressées aux clients / prospects concernés par le sujet traité, via un simple lien vers *Dailymotion* ou *Vimeo*
- diffusées sur un écran dans la salle d'attente ou de réunion du Cabinet (à titre d'animation à l'occasion de séances de formation, de petits déjeuners-débats au Cabinet. ...)
- diffusées dans le cadre d'un salon professionnel sur le stand du Cabinet qui y participe, notamment pendant les temps de pause pour continuer à animer le lieu et se rendre visible
- ou encore diffusées dans une salle de séminaire, de conférences ou de formation ...

Comment s'y prendre pour créer ce type de vidéo ?

La version finalisée doit comprendre :

- l'intervention d'un journaliste professionnel
- la préparation, en amont, des questions et des réponses
- le tournage
- le montage
- l'habillage complet du produit (jingle, générique...)
- la mise en ligne de la vidéo.

Il est conseillé, à cet égard, de :

- confier la prestation à un professionnel du tournage vidéo
- prévoir la présence d'une styliste (maquillage, tenue vestimentaire, mise en scène)
- gérer la cession de droits (pour une durée illimitée) sur tous supports
- demander la remise de la vidéo sur un DVD (ce qui permet de matérialiser le produit et de le remettre aux clients si besoin) ainsi qu'au format web (pour le mettre en ligne)
- respecter l'identité visuelle et sonore du Cabinet (logo, codes couleur, jingle, ...) ou la créer à cette occasion
- créer un véritable générique de début et de fin, citant les concepteurs et les intervenants
- habiller ce générique d'une identité sonore propre au Cabinet, qui deviendra sa marque sonore et pourra être utilisée, par exemple, sur l'attente téléphonique du Cabinet.

Cliquez sur ce lien pour voir un exemple de vidéo :

Interview de type « Face à Face », en ligne sur le blog de campagne de Christiane Féral-Schuhl
<http://www.feral-schuhl.com/face-a-face-en-images/3/>