

# repenser

communication et vidéo en ligne  
au cœur des nouveaux médias



---

# Brève histoire de la vidéo numérique

En 2011, aux États-Unis, les utilisateurs ont regardé 45 % de plus de vidéos en ligne qu'ils ne le faisaient seulement 12 mois auparavant. Combien d'activités connaissent une telle croissance aujourd'hui ?

---

**Que ce soit dans les organisations publiques ou privées, les entreprises qui s'intéressent à la qualité de la communication avec leurs clients et leurs employés ne peuvent pas ignorer cette évolution.**

Il ne s'agit pas de diffuser des clips vidéo sur un site Web, mais de créer la culture, les processus et les capacités nécessaires pour faire en sorte que la vidéo en ligne soit profitable : faire de la vidéo une partie intégrante de la communication.

## Il y a 30 ans

Les gens s'amusaient à passer devant les caméras de surveillance des supermarchés pour se voir sur une télévision.

## Il y a 20 ans

Les marchands les plus innovateurs s'acharnaient à distribuer des vidéos miniatures et tremblotantes sur des disquettes 3,5 pouces.

## Il y a 5 ans

La diffusion de la TV sur internet apparaissait.

## AUJOURD'HUI!

Les 2 milliards d'utilisateurs d'Internet dans le monde peuvent, d'un simple clic, voir une vidéo. Il y a 5 milliards de téléphones mobiles sur la planète, et en Europe, plus d'un tiers sont dits intelligents (smart) : à toute heure, à tout moment, la vidéo sur tout type de dispositif est devenue une réalité.

---

**2011 et 2012 sont les années connectées - où la vidéo en ligne s'affranchit du poste informatique.**



---

# Nouvelles compétences. Nouvelles pratiques

Le nouveau défi de la vidéo en ligne n'est pas seulement de permettre aux consommateurs d'accéder à davantage de contenus sur davantage d'appareils. 2011 et 2012 sont les années connectées où la vidéo sur Internet s'affranchit du poste informatique.

---

**Chaque téléphone dit intelligent, chaque tablette, est aujourd'hui à la fois un moyen de consommation et un moyen de production d'images. Ce qui ne veut pas dire que tous ceux qui cliquent sur « enregistrer » sont des Steven Spielberg. Cela signifie tout de même que :**

- ▶ l'enregistrement et le partage de vidéos font partie intégrante d'un nouveau vocabulaire commun de communication.
- ▶ les vidéos en ligne font désormais partie de nos attentes élémentaires dans nos communications quotidiennes ; regarder la télévision n'est plus un simple moment de détente passif.

Quelles sont les conséquences de tels changements sur la manière dont vous vous comportez avec vos employés ou - ce qui est encore plus important - avec vos clients ?

## À l'échelon interne

Plus la distribution de votre organisation est vaste, plus les pratiques de travail deviennent dynamiques, et plus la communication interne doit être immédiate et personnelle.

- ▶ La vidéo devient essentielle dans votre mix de communications internes
- ▶ Partage d'informations et de la stratégie à travers une télévision d'entreprise
- ▶ Encourager le développement professionnel et l'apprentissage
- ▶ Donner aux employés la possibilité de partager les résultats et les idées
- ▶ Améliorer la valeur des séminaires, conférences et ateliers de travail

## À l'échelon externe

Quel que soit votre secteur d'activité, la plupart de vos clients passent aujourd'hui plus de temps à regarder qu'à lire, aussi les vidéos en ligne sont-elles nécessaires pour améliorer activement vos relations avec les clients. Les utilisateurs ne cherchent pas un simple amalgame visuel : ils veulent des vidéos qui débouchent sur un véritable engagement.

- ▶ Obtenir des informations utiles et intéressantes sur des produits et services
- ▶ Utiliser les liens contextuels pour passer de spectateur à acteur
- ▶ Apprendre ce que leurs pairs ou leurs héros, pensent et font

---

# Qui fait quoi ?

**Auparavant, seules les plus grandes entreprises possédaient des ressources vidéos. La plupart les louaient en fonction de leurs besoins : grandes équipes et gros budgets pour les grands projets, petites équipes et petits budgets pour les autres.**

Aujourd'hui, tout est différent. La maîtrise de l'outil vidéo est devenue une compétence élémentaire pour les personnes de l'ère du numérique. Ce qui signifie que :

- ▶ vous pouvez accéder à des ressources externes susceptibles d'utiliser la vidéo avec tous les atouts du numérique : utilisation interactive dès le départ, construction de liens contextuels directement dans l'espace narratif de la vidéo.
- ▶ vous allez découvrir des talents au sein de votre entreprise qui sont aussi à l'aise avec une caméra qu'avec un clavier.





---

# Des fichiers isolés aux flux

La plupart des organisations utilisent la vidéo comme s'il s'agissait d'olives sur une pizza : elles en mettent peu, et les répartissent du mieux possible pour faire bonne impression.

---

**La solution n'est pas là : nous devons passer des fichiers isolés au flux continu. Nous avons besoin d'un programme continu de communications dans lequel la vidéo, les textes et les graphiques sont imbriqués les uns dans les autres et facilement accessibles, afin de créer de la valeur ajoutée pour nos clients et nos entreprises.**

La vidéo en ligne n'est pas un élément décoratif, mais un catalyseur qui permet de repenser la communication : posez-vous la question de savoir comment vous aimeriez que les clients voient votre entreprise.

Quantifier le retour des dépenses en marketing ou en communication n'est jamais simple. Vous pouvez regarder la valeur de la marque et

avoir une vue d'ensemble. Vous pouvez aussi analyser en détail les performances de chaque campagne individuelle.

Vous avez aujourd'hui besoin d'incorporer la vidéo à votre modèle et de garantir qu'elle contribue directement à la qualité des relations avec vos employés et vos clients. Les bénéfices doivent être mesurables : vous devez vous demander dans quelle mesure la communication améliorée par la vidéo contribue au chiffre d'affaires et à la valeur de votre entreprise.

---

**Demandez-vous dans quelle mesure la communication améliorée par la vidéo contribue au chiffre d'affaires et à la valeur de votre entreprise.**

---

# Planification, processus, performance

Atos peut aider les entreprises à tirer un solide avantage compétitif de la vidéo en ligne. Nous contribuons directement à la planification, au processus et à la performance.

---

## 1. Planification

---

**La manière dont vous allez planifier votre stratégie en matière de vidéo en ligne dépend de l'activité principale de votre entreprise. Dans ses projets de vidéo en ligne avec ses clients, Atos identifie trois catégories essentielles, chacune ayant un point de départ et des objectifs différents, tout au moins par rapport au positionnement externe.**

Du point de vue des communications internes, la vidéo en ligne entre les différents secteurs montre bien plus de points communs.

Atos travaille avec ses clients sous les trois perspectives, les aide à identifier des opportunités et à créer des stratégies applicables à la vidéo en ligne.

### Acteurs des télécommunications

Les sociétés du secteur des télécommunications ont dès le départ été conscientes du besoin de créer une valeur commerciale à partir d'un ensemble de données, de voix et de vidéos.

Aujourd'hui, l'outil vidéo entre dans une nouvelle ère de maturité culturelle et technique, et devient une nouvelle filière, notamment lorsque l'entreprise de télécommunications peut établir des partenariats destinés à offrir des services vidéo complets à ses clients. L'occupation d'une bande passante, en soi, ne va pas dégager de véritable marge.

### Acteurs des médias

Toutes les sociétés du secteur des médias peuvent tirer parti de la vidéo en ligne. Et ce dans tous les domaines, depuis les associations sportives aux agences de publicité, en passant par les services d'informations locales. Alors que les principaux acteurs broadcast n'ont pas d'autre solution que de maîtriser la vidéo en ligne, c'est une chose que beaucoup d'acteurs spécialisés dans le secteur des médias ne font pas encore. Toute organisation possédant des contenus vidéos, qu'ils soient historiques ou contemporains, doit se demander comment les capitaliser.

### Tous les autres

Détaillants et fabricants, administrations, prestataires de services et compagnies énergétiques : tout le monde peut y gagner. Les constructeurs automobiles en sont un parfait exemple. Ils sont particulièrement conscients que leur réussite est étroitement liée à la façon dont les clients perçoivent certains styles de vie. Pour eux, chaque aspect de l'exploration d'un produit en ligne crée des opportunités de valeur ajoutée, à condition d'employer une vidéo contextuelle ciblée.



---

## 2. Processus

---

**Pour que la vidéo en ligne commence à montrer son véritable potentiel, vous devez penser processus. Et cette réflexion doit englober, bien entendu, l'ensemble des aspects du transfert (chargement, codage, contrôle de qualité, etc.).**

Quoi qu'il en soit, l'intégration au sein de votre activité est encore bien plus importante. C'est en effet l'intégration avec les ventes et le CRM, les serveurs de publicité, la veille économique et les programmes analytiques, mais aussi avec les systèmes de paiement et de transaction, qui va réellement générer une nouvelle valeur.

La publication d'une vidéo est une chose que tout le monde peut faire. Toutefois, une intégration rentable au sein de workflows métiers réels requiert des compétences commerciales et technologiques très variées.

Les spécialistes intégration d'Atos vous aideront à embarquer la vidéo en ligne au sein de vos systèmes et processus métiers, en vous aidant à choisir vos solutions techniques tout au long du projet : VAST (Video Ad Serving Template) et VPAID (Video Player-Ad API Definition).



---

## 3. Performance

---

**Lorsque vous faites de la vidéo en ligne une composante principale de votre modèle de communication et d'entreprise, la performance et le résultat font partie de vos priorités.**

Une diffusion rapide d'un simple clic, la capacité de passer d'une vue miniature à un plein écran, ou de la vidéo aux applications contextuelles sans aucune interruption : tout ceci fait désormais partie de votre image de marque.

L'évolutivité est également critique. Une campagne d'information publique du gouvernement, par exemple, doit pouvoir passer immédiatement de 10 000 à 10 millions de consultations, ou plus, par jour.

Toutefois, la clef de la réussite est la gestion du contexte : c'est votre capacité à utiliser des balises meta pour établir de nouveaux déclencheurs d'activité qui créera une nouvelle valeur et générera de nouveaux revenus.

Atos vous aidera à déterminer la plate-forme vidéo en ligne (OVP) la mieux adaptée à vos besoins spécifiques, et si vous le souhaitez, prendra en charge tous les aspects de la mise en œuvre et de la gestion continue.







---

**Atos vous aidera à déterminer la plate-forme vidéo en ligne (OVP) la mieux adaptée à vos besoins spécifiques.**

# Pourquoi choisir Atos ?

Pour toutes ses offres, Atos propose la conception, la construction et l'exploitation. Il en va de même de la vidéo en ligne. Derrière une proposition aussi simple se cache cependant une profonde connaissance du métier et de la technologie.



## Conception

Dans le cadre de nos services de conseil, nous avons acquis une précieuse expérience dans différents secteurs du marché qui nous permet d'apporter une valeur ajoutée à tous vos projets de vidéo en ligne. Notre expérience dans le secteur de la fabrication et de la distribution, par exemple, apporte une valeur ajoutée à nos clients des secteurs des télécommunications et des médias, et vice versa.

Nous sommes notamment en mesure d'aider nos clients à détecter des créneaux et des opportunités. Si une organisation revoit la gestion de ses contenus ou ses flux de travail, par exemple, nous pourrions à minima augmenter les chances de développer plus encore les opportunités offertes par la vidéo en ligne.

## Construction

Plus de 75 % du personnel d'Atos sont des experts en technologie. Un échange fluide des idées et de l'expertise des spécialistes est essentiel dans les projets de vidéo en ligne. Par exemple, la facilité avec laquelle nous pouvons associer les compétences des différents experts en gestion des contenus et en CRM, nous permet de relever les défis technologiques des entreprises avec une grande créativité, et de transformer les bonnes idées en réalité. Il serait impensable d'obtenir un tel résultat par la simple acquisition d'une plate-forme de gestion de vidéo.

## Exploitation

Lorsque la vidéo en ligne devient un élément central de la communication interne et externe de votre entreprise, le succès dépend de la qualité de l'opération. Lorsque vous en confiez la gestion à Atos, vous ne gagnez pas seulement en disponibilité mais aussi en qualité.

Nous vous fournissons une qualité exceptionnelle de veille économique, en vous garantissant la possibilité d'en évaluer l'utilisation et d'affiner le développement de votre projet de façon ciblée et rapide.

## Contrôle technique

Ne sous-estimez pas l'importance des compétences techniques. Souvent à juste titre, les équipes de marketing ou de développement ne s'occupent pas des détails techniques, mais cela ne veut pas dire qu'ils ne sont pas fondamentaux. Les compétences d'Atos dans le domaine des techniques et des processus associés aux projets de vidéo en ligne sont les suivantes :

### Acquisition

(à travers toutes les principales plates-formes du secteur)

- ▶ Chargement
- ▶ Intégration
- ▶ Codage
- ▶ Contrôle de qualité

### Gestion

- ▶ Systèmes de gestion des contenus (CMS)
- ▶ Conception et gestion du flux de publication
- ▶ Personnalisation du lecteur pour différentes plates-formes de diffusion
- ▶ Synchronisation des métadonnées

### Mise à disposition

- ▶ Diffusion multi plates-formes (Android, iPhone, etc.)
- ▶ Gestion du réseau de diffusion multi-contenus (CDN)
- ▶ Monétisation - gestion des transactions complexes
- ▶ Reporting - activité en temps réel et analyse des performances

# Partenariats technologiques et modèles de projet

**Au fur et à mesure que vous augmentez l'utilisation occasionnelle de la vidéo en ligne pour en faire un élément contrôlé à l'échelon global et industriel de votre entreprise et de vos communications, il vous faut prendre des décisions sur les outils et les plateformes s'adaptant le mieux à vos besoins. Atos adopte délibérément un engagement d'indépendance vis-à-vis des différents fournisseurs.**

Nous sommes familiarisés avec les principales solutions de gestion vidéo du marché, y compris celles de Brightcove, Kaltura, Kit Digital et The Platform. Si vous voulez de l'aide dans la prise de décisions, nous pouvons vous faire part de notre expérience avec différentes OVP. Si vous avez déjà pris votre décision, et que vous souhaitez intégrer entièrement la vidéo en ligne dans votre activité et vos systèmes de communications, nous serons tout aussi disposés à intégrer la solution de votre choix.

Nous souhaitons également explorer plusieurs modèles de projet avec vous. Tous ces modèles de projet dans les domaines des technologies de l'information et des processus sont aujourd'hui conditionnés par le besoin de minimiser les risques, d'optimiser la flexibilité et de limiter les grands investissements en capital pour s'orienter vers un système de coûts d'exploitation prévisibles. Le paiement doit désormais être proportionnel à l'utilisation ou - mieux encore - à la contribution.

Quel que soit le projet de vidéo en ligne que vous confierez à Atos, nous resterons à votre disposition pour discuter avec vous des modèles de partage de risques et de revenus. Nous sommes impatients de relever le défi, et de vous démontrer notre contribution à la valeur ajoutée de votre entreprise. Nos compétences en gestion de transactions complexes en temps réel nous permettent de transformer des données brutes en résultats détaillés et éprouvés.

## Prochaines étapes

**Si vous avez déjà commencé à faire de la vidéo en ligne une composante intégrée de votre stratégie commerciale et de communication, nous nous ferons un plaisir de comparer nos impressions respectives. Nous vous montrerons notamment les possibilités de déploiement de nos procédures de transaction hautement avancées pour monétiser des contenus vidéos et apporter la veille économique nécessaire à la rentabilité de votre développement.**

Si votre projet est moins avancé, nous serons enchantés de vous montrer des exemples de ce que nous avons déjà fait pour aider nos clients à implanter la vidéo en ligne dans les télécommunications et les médias, mais aussi dans d'autres secteurs.

Nous vous invitons à discuter ouvertement de l'impact transformationnel de la vidéo en ligne. Les décisions techniques sont importantes, tout comme les modèles de diffusion. Mais avant d'identifier le « comment », il faut commencer par les « pourquoi » et « que se passerait-il si ».

Laissez-nous chercher avec vous comment tirer profit de la mise en ligne de vidéos.



---

# À propos d'Atos

Atos est une société internationale de services informatiques qui génère un chiffre d'affaires annuel de 8,6 milliards d'euros et qui emploie 74 000 salariés dans 42 pays. Nous fournissons des services transactionnels de haute technologie, ainsi que des solutions de conseil, d'intégration de systèmes et d'infogérance.

Atos délivre les technologies qui accélèrent le développement de ses clients et les aide à réaliser leur vision de l'entreprise du futur. Atos est le partenaire informatique mondial des Jeux Olympiques. Le Groupe est coté sur le marché Eurolist de Paris et exerce ses activités sous les noms d'Atos, Atos Consulting and Technology Services, Atos Worldline et Atos Worldgrid.

**Pour plus d'informations :**  
Veuillez contacter [fr.directionmarketing@atos.net](mailto:fr.directionmarketing@atos.net)  
ou visiter [fr.atos.net](http://fr.atos.net)