

COMMENT FAIRE UNE VIDÉO DE BIBLIOTHÈQUE QUI NE SOIT PAS RINGARDE POUR VOTRE ADO DE 18 ANS

*Une présentation basée sur l'expérience
« Biblio-Jack », par Christine Lanners et
Carole Kojo-Zweifel, UCL*



Pourquoi choisir la vidéo pour la promotion des bibliothèques ?

- > Média très populaire auprès des jeunes
- > Accessible en tout temps via Internet
- > Coût de diffusion : 0€
- > Visionnable plusieurs fois, au rythme choisi
- > Un média moderne pour donner une image moderne des bibliothèques



Le public cible : l'ado de 18 ans qui entre à l'Université

- > N'y connaît pas grand-chose aux bibliothèques
- > Est déjà surchargé d'info à la rentrée et a donc peu de temps
- > Est un gros consommateur de vidéos en ligne
- > Est donc exigeant sur la qualité des vidéos
- > Est un expert des réseaux sociaux



L'objectif à atteindre pour la bibliothèque

- > Signaler qu'elle existe
- > Expliquer en bref ses services principaux
- > Montrer que c'est un endroit agréable, moderne et indispensable à l'étudiant
- > Désinhiber l'étudiant face à un lieu à priori complexe et studieux
- > Ambitions modestes pour le contenu
 - Un hameçon pour capter l'attention
 - Informer en amusant (dédramatiser)



Les ingrédients d'une vidéo qui marche

- > Vidéos courtes (max 4 minutes)
- > Montage dynamique, pour maintenir l'attention
- > Qualité professionnelle de l'image, du son et du jeu des acteurs : le public est gros consommateur et donc exigeant
- > Une bonne dose d'humour : on retient mieux l'info
- > Point de vue de l'étudiant : il s'y identifiera plus facilement



Le budget

- > Interventions de professionnels > coût élevé de production
- > 80% du coût pour le tournage et le montage
- > Diffusion gratuite et coûts limités de promo
- > Prévoir un « capital temps » suffisant : le projet doit être bien pensé
- > Impact positif sur l'image des bibliothèques en général : un bon investissement !



La promotion

- > Doit être aussi adaptée aux spécificités du public que la vidéo !
- > Iconographie de qualité nécessaire > appel à un photographe
- > Essentiellement en ligne et donc peu de frais
- > Interconnexion de 3 outils : site web / Facebook / Youtube
- > Interaction directe avec le public via les commentaires Facebook/Youtube
- > Promotion régulière via Facebook



SITE WEB UCL



: promo, actualités et fiction parallèle

LES + DE L'OUTIL

1. **Promotion** du projet via le bouton « J'aime »
2. **Actualités du projet** : mises en ligne, questions éventuelles, blagues de Jack, ...
3. **Fiction parallèle aux vidéos** : Jack, Thibaut l'étudiant et Valentine la bibliothécaire se répondent.
4. **Communication directe** possible avec les étudiants
5. **Publications** : on y met les questions en plus de Thibaut et celle des étudiants, réponse de Jack et compléments de Valentine
6. **Intégration** de la vidéo YT via un IFrame
7. **Statistiques** : des personnes, pages, portées,...



Site web Biblio-Jack : porte d'entrée et compléments d'information

LES + DE L'OUTIL

1. **Intégration de la vidéo YT** via un IFrame
2. **Adresse** : facile à retenir
3. **Caractère officiel** : sur le site officiel de l'UCL
4. **Mise en page** : création libre du contenu
5. **Contenus complémentaires** : une page pour chaque vidéo, qui résume ce qui a été dit, complète certains éléments et renvoie vers des pages des bibliothèques plus complètes
6. **FAQ** : sous la forme « Thibaut a encore des questions »



: la plateforme de visionnage

LES + DE L'OUTIL

1. **Visibilité** de l'outil : tout le monde connaît Youtube
2. **Accès** possible à tout moment depuis n'importe quelle connexion Internet
3. **Bande passante** puissante : nombreux visionnages en même temps possibles
4. **Intégration** des vidéos dans d'autres sites (IFrame)
5. **Accès administrateur** : facile à utiliser
6. **Statistiques** : précises
7. **Suivi** : via abonnements
8. **Commentaires** : pour chaque vidéo
9. **Sous-titres** : faciles à insérer



Site web central des bibliothèques

Sites web propre des bibliothèques

Bureau virtuel

Newsletter Staff UCL

E-mails aux étudiants



Vidéo source



Vidéo intégrée (IFrame)



Lien hypertexte