

**Livre Blanc**

**Boostez votre stratégie RH  
grâce à la vidéo**



# Bonjour !

**Je suis Malaurie Fontaine,**  
une passionnée de vidéo âgée de 23 ans.

# BIENVENUE DANS CE LIVRE BLANC

## sur l'intégration de la vidéo dans votre stratégie RH.

**Ayant développé la stratégie vidéo RH** au sein de mon entreprise actuelle, Euridis Business School, j'ai décidé de **partager mon expérience** et mes connaissances pour rendre la vidéo RH **accessible** à toutes les entreprises.

Dans un monde en constante évolution, où la concurrence pour attirer et fidéliser les meilleurs talents est de plus en plus féroce, il est **essentiel** pour les entreprises de se démarquer en adoptant des stratégies innovantes. La vidéo est **un outil puissant et polyvalent** qui permet de transmettre efficacement les messages, de créer des connexions émotionnelles et d'engager les collaborateurs.

**Dans ce livre blanc**, nous explorerons les différentes façons dont la vidéo peut être intégrée dans la stratégie RH, en mettant l'accent sur son utilisation pour **attirer de nouveaux talents**, créer une expérience d'accueil immersive, faciliter la formation en interne, renforcer la communication interne et promouvoir une culture d'entreprise solide.

Nous aborderons **les principes clés** de la création de vidéos RH engageantes, les techniques de réalisation vidéo, **les formats adaptés** à chaque objectif RH, ainsi que **les meilleures pratiques** pour créer des vidéos mémorables et impactantes. Vous découvrirez également des exemples concrets de réussites en matière de vidéo RH, illustrant comment des entreprises ont utilisé cette stratégie pour renforcer leur marque employeur, améliorer l'expérience des employés et atteindre leurs objectifs RH.

Que vous soyez une petite start-up ou une grande entreprise, ce livre blanc vous fournira **une boîte à outils complète et accessible** pour intégrer efficacement la vidéo dans votre stratégie RH. Préparez-vous à découvrir les nombreuses possibilités offertes par la vidéo pour créer un environnement de travail dynamique, inspirant et engageant.

**Commençons cette aventure passionnante vers une stratégie RH vidéo réussie !**

# Sommaire

<b>01. La culture d'entreprise nouvelle génération</b>	<b>05</b>
<b>02. Le pouvoir du storytelling dans la culture d'entreprise</b>	<b>10</b>
<b>03. La vidéo, un outil puissant pour transmettre la culture d'entreprise</b>	<b>13</b>
<b>04. L'intégration de la vidéo dans la stratégie RH</b>	<b>20</b>
<b>05. Conseils pour votre première vidéo</b>	<b>29</b>

# 01. La culture d'entreprise nouvelle génération

**84%** des  
**salariés**

pourraient quitter leur poste actuel si une autre entreprise possédait une meilleure notoriété en tant qu'employeur.

**C'est beaucoup, non ?**

## Comprendre la culture d'entreprise nouvelle génération

Depuis quelques années et notamment depuis la crise du Covid-19, les entreprises sont confrontées à des **défis de transformation interne**, notamment en matière d'environnement de travail, de valeurs à incarner et d'attentes croissantes des employés.

Les professionnels des ressources humaines doivent donc **s'adapter** aux nouvelles priorités des employés, en prenant en compte les évolutions du rapport au travail, du management, du lieu et du temps de travail, ou encore de la durée hebdomadaire de travail. Cependant, il est également essentiel de tenir compte d'un phénomène qui a gagné en importance ces dernières années, à savoir le «**quiet-quitting**».

Ce phénomène souligne l'**importance d'une marque employeur solide et d'un environnement de travail attractif**. Lorsque les employés se sentent valorisés, écoutés et engagés, ils sont moins susceptibles de recourir au «quiet-quitting».

**Une entreprise qui répond aux attentes émergentes de ses employés, c'est une entreprise qui fidélise ses talents et renforce sa réputation en tant qu'employeur attractif.**

### QUIET QUITTING (n.m)

Le «quiet-quitting», ou départ silencieux, fait référence à la situation où un employé commence à **se désengager de son travail** mais sans annoncer clairement son intention de partir.

Cela peut se manifester par une baisse de motivation, une diminution de la productivité ou une moindre implication dans les projets et les activités de l'entreprise. Le «quiet-quitting» peut être un signal précoce d'un départ imminent et il est crucial pour les entreprises de le reconnaître et de prendre des mesures pour le prévenir.

Ce phénomène souligne l'**importance d'une marque employeur solide et d'un environnement de travail attractif**. Lorsque les employés se sentent valorisés, écoutés et engagés, ils sont moins susceptibles de recourir au «quiet-quitting».

---

Les employés satisfaits et engagés deviennent des **ambassadeurs** de l'entreprise, parlent positivement de leur expérience et recommandent leur entreprise à d'autres talents potentiels. Cette dynamique contribue à améliorer la réputation de l'entreprise sur le marché du recrutement.

D'autre part, la réputation positive de l'entreprise peut attirer des candidats qualifiés et motivés. À l'ère du digital, les professionnels en recherche d'emploi font des recherches approfondies sur les employeurs potentiels avant de postuler. Une réputation solide et positive peut donc aider une entreprise à **se démarquer** de ses concurrents et à **attirer** les meilleurs talents du marché.

Pour gagner en réputation, recruter et fidéliser les meilleurs talents, les entreprises doivent mettre en place une stratégie de marque employeur pour définir leurs marqueurs différenciants en interne comme à l'externe.

Selon une étude de l'agence Link Humans, 84 % des salariés pourraient quitter leur poste actuel si une autre entreprise possédait une meilleure notoriété en tant qu'employeur. Les professionnels des ressources humaines doivent donc être intéressants pour les candidats et pas seulement intéressés par les candidats.







En investissant dans **une marque employeur solide** et en créant **un environnement de travail favorable**, vous pouvez ainsi

**attirer, retenir et fidéliser**

les meilleurs talents, tout en minimisant les risques de désengagement et de départ silencieux.

## **02. Le pouvoir du storytelling dans la culture d'entreprise**

## Le storytelling, pour quoi ?

La culture d'entreprise constitue un levier puissant pour véhiculer les valeurs, l'histoire et l'identité de l'entreprise. C'est là que le storytelling entre en jeu.

Le storytelling permet de transmettre de manière narrative **les valeurs, les expériences et les succès de l'entreprise**. En racontant des histoires authentiques et captivantes, vous créez une **connexion émotionnelle** avec vos employés, vos clients et vos potentiels candidats, renforçant ainsi votre impact et votre réputation.

En racontant des récits authentiques et significatifs, vous pouvez **renforcer l'engagement** des employés, promouvoir votre culture d'entreprise et améliorer votre réputation en tant qu'employeur attractif.

## Probité

On développe des anecdotes réelles.  
Le réalisme apporte de la crédibilité.

## Proximité

Sentiment de confiance : humanise et  
facilite l'adhésion.

## Projection

On s'y voit, on se met à la place des  
acteurs et on se projette.



## Comme une image vaut mille mots ...

---

La combinaison du storytelling et de la vidéo crée une **expérience immersive et mémorable** pour les spectateurs. La vidéo permet de mettre en scène les personnages, les lieux et les événements clés de l'histoire de manière visuelle et dynamique. Les images, les mouvements, les expressions faciales et les voix des narrateurs ajoutent une dimension émotionnelle qui renforce l'impact du récit.

De plus, la vidéo offre une **flexibilité créative** qui permet de jouer avec les différents éléments du storytelling, tels que la narration, les personnages, les lieux et les événements.

Elle peut être utilisée pour raconter des histoires individuelles mettant en valeur les réussites et les parcours inspirants des employés, ou pour partager des anecdotes collectives qui illustrent les valeurs et la culture de l'entreprise.

**En intégrant le storytelling à travers la vidéo dans la stratégie RH, vous allez créer un environnement où les employés se sentent connectés à l'histoire et à la mission de l'entreprise. Cela favorise un sentiment d'appartenance et d'engagement plus fort, renforçant ainsi la cohésion et la motivation des équipes.**

Le storytelling vidéo permet également aux entreprises de **se différencier** sur le marché du recrutement en présentant leur culture d'entreprise de manière authentique et attractive.

## **03. La vidéo : un outil puissant pour transmettre la culture d'entreprise**

## Un moyen incontournable pour communiquer la culture d'entreprise

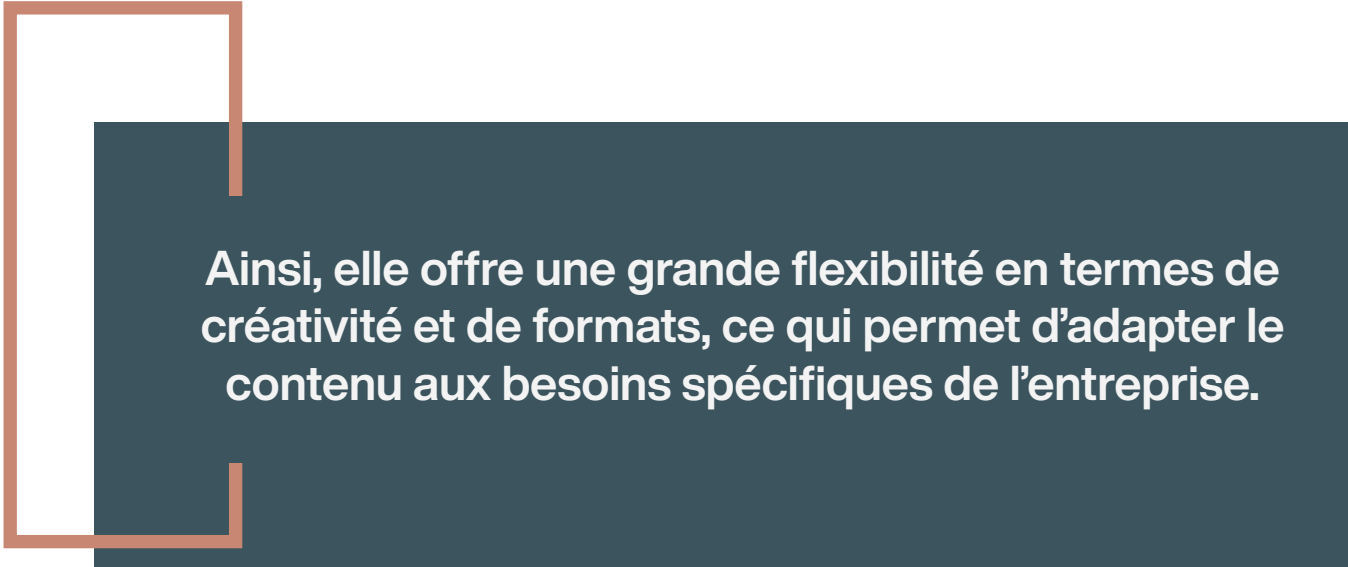
La vidéo est devenue **un moyen incontournable** pour communiquer la culture d'entreprise de manière efficace.

Elle permet de **créer une expérience** immersive, visuelle et émotionnelle pour les spectateurs. La combinaison de l'audio, des images et des éléments visuels permet de captiver l'audience et de transmettre des messages clairs et percutants.

Le format vidéo aide également à **faire adhérer** les spectateurs aux valeurs de l'entreprise. En présentant l'entreprise avec un scénario touchant, mis en valeur avec une réalisation de qualité, la vidéo est un excellent moyen d'améliorer la marque employeur de l'entreprise.

Diffusée en interne, une vidéo peut contribuer à créer une culture d'entreprise partagée, engendrer un sentiment d'adhésion et une fierté d'appartenance. Elle renforcera positivement l'image de l'employeur aux yeux des collaborateurs, ce qui aura un impact sur leur performance et leur implication.

De plus, elle peut être utilisée à d'autres fins, telles que la présentation d'une nouvelle méthode de gestion ou de production, l'introduction lors d'une réunion du personnel ou simplement un message du directeur.



**Ainsi, elle offre une grande flexibilité en termes de créativité et de formats, ce qui permet d'adapter le contenu aux besoins spécifiques de l'entreprise.**

# Les différents formats de vidéos

---

## Courtes

1 à 2 minutes

- **Capter** rapidement l'attention des spectateurs et **transmettre** un message concis.

*Exemples : Vidéos institutionnelles, les témoignages d'employés ou les vidéos de sensibilisation sur des sujets spécifiques.*

Le message à transmettre doit donc être **clair et mémorable**, en un temps restreint. Il faut donc faire un travail de synthétisation du message que l'on veut faire passer, afin de convaincre et de donner envie à la cible d'en savoir plus.

## Longues

5 à 10 minutes

- Explorer des sujets en profondeur et fournir des **informations détaillées**

*Exemples : Vidéos de formation et d'intégration, où il est nécessaire de présenter des instructions ou des concepts complexes.*

## En direct

- Diffusées en temps réel, elles offrent une expérience **interactive et authentique**.

*Exemples : Webinaires, les sessions de questions-réponses en direct, les annonces importantes ou les événements en direct où les employés peuvent interagir directement avec les intervenants.*



## Animées

- Utilisent des graphiques, des illustrations et des animations pour raconter une histoire de manière **visuellement attrayante**.
- Expliquer des concepts abstraits, **simplifier** des processus complexes ou ajouter une touche de créativité à la communication RH.

## Interactives

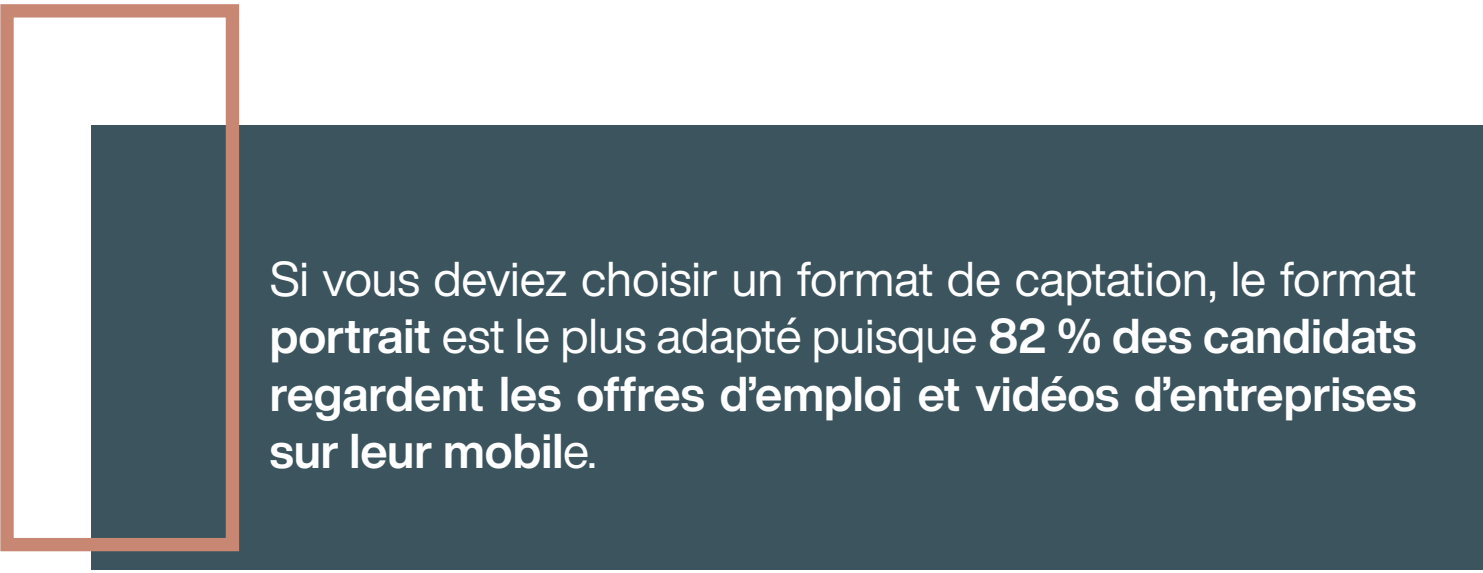
- Permettent aux spectateurs de **prendre des décisions et de participer à l'expérience**.

*Exemples : Évaluations en ligne, les simulateurs de situation, les jeux ou les quiz qui peuvent être utilisés dans le cadre de la formation ou de l'évaluation des compétences.*

## UGC

- Non produites directement par l'entreprise. Elles sont plus informelles et montrent donc **une image plus authentique** de l'environnement de travail de l'entreprise.

À l'inverse d'une vidéo produite directement par l'entreprise, ces dernières ne sont pas scénarisées et montrent ce qu'est réellement l'entreprise. De plus, la création de ces contenus renforce le sentiment d'appartenance des employés actuels.



Si vous deviez choisir un format de captation, le format **portrait** est le plus adapté puisque **82 % des candidats regardent les offres d'emploi et vidéos d'entreprises sur leur mobile.**

## En bref

Il est important de **choisir le format vidéo** en fonction **des objectifs de communication spécifiques, du message à transmettre et du public cible**. Les vidéos courtes sont souvent utilisées pour captiver l'attention initiale, tandis que les vidéos plus longues et les vidéos en direct offrent des opportunités d'approfondissement et d'interaction. Les vidéos animées et interactives ajoutent de l'engagement et de l'interactivité à l'expérience de visionnage.

**Cibles + Objectifs + Message**



**Format**

# **04. L'intégration de la vidéo dans le processus RH**

# Recrutement : comment utiliser la vidéo pour attirer les meilleurs talents

---

La vidéo offre un moyen puissant d'**attirer de nouveaux talents** dans une stratégie RH. Elle permet de présenter le poste de manière dynamique et attrayante, en allant au-delà de la simple description écrite.

En montrant l'environnement de travail à travers des séquences vidéo, les candidats peuvent avoir **un aperçu réel de l'entreprise, de sa culture et de son ambiance**. Cela leur permet de se projeter et de visualiser comment ils pourraient s'intégrer dans cet environnement.

De plus, la vidéo aide les candidats à comprendre les compétences et les qualités requises pour le poste, en illustrant des exemples concrets de réussites passées ou en mettant en avant les réalisations des collaborateurs actuels.

En donnant l'envie d'en savoir plus, la vidéo crée **un sentiment d'excitation et d'intérêt** chez les candidats potentiels, suscitant ainsi leur curiosité pour l'entreprise et le poste à pourvoir.

Enfin, en utilisant des témoignages d'employés et des interactions filmées, la vidéo donne l'impression aux candidats de **déjà se connaître, de créer une connexion émotionnelle** avec l'entreprise et ses collaborateurs. Cela contribue à créer une expérience engageante et personnalisée, renforçant l'attrait de l'entreprise pour les talents recherchés.

## LA PRÉSENTATION GÉNÉRALE

Enchanté,  
nous c'est Euridis 🧡



Cliquez ici

### Objectifs :

- **Présenter** l'histoire de l'entreprise
- **Transmettre** les valeurs de l'entreprise
- **Donner envie** de rejoindre l'aventure

### TIPS

#### Message clés

Identifiez les principaux messages que vous souhaitez transmettre dans la vidéo. Mettez en évidence les avantages et les valeurs de l'entreprise, ainsi que les opportunités professionnelles qu'elle offre.

#### Narration claire

Préparez un script ou des notes pour guider le narrateur tout au long de la vidéo. Assurez-vous que la narration est claire, concise et facilement compréhensible pour que les spectateurs puissent suivre le message de l'entreprise.

#### Durée


Gardez la vidéo concise et courte, généralement entre 2 et 5 minutes. Respectez l'attention limitée des spectateurs en allant droit au but et en mettant en avant les informations les plus importantes.

#### Accessibilité

Ajoutez des sous-titres ou des transcriptions pour rendre votre vidéo accessible à tous, y compris aux personnes malentendantes ou aux spectateurs qui préfèrent lire plutôt qu'écouter.

## LE PORTRAIT MÉTIER



Cliquez ici 

### Objectifs :

- **Présenter** le poste, montrer l'environnement de travail
- **Aider** les candidats à se projeter
- **Connaître** les compétences requises.

Gardez cet objectif en tête tout au long du processus de création.

### TIPS

#### Structure concise

Divisez la vidéo en sections distinctes pour chaque élément clé, en veillant à ce que chaque section soit brève et facilement compréhensible.

#### Interviews authentiques

Préparez une liste de questions pertinentes pour les personnes interviewées, en les encourageant à partager leurs expériences de manière authentique. Favorisez des réponses concises et impactantes qui mettent en valeur les aspects clés du métier.

#### Durée

Gardez votre vidéo portrait métiers courte et concise, idéalement entre 1 et 3 minutes. Respectez l'attention limitée des spectateurs en allant droit au but et en évitant les informations superflues.

#### Accessibilité

Ajoutez des sous-titres ou des transcriptions pour rendre votre vidéo accessible à tous, y compris aux personnes malentendantes ou aux spectateurs qui préfèrent lire plutôt qu'écouter.

## Intégration : créer une expérience d'accueil immersive grâce à la vidéo

---

L'intégration des nouveaux employés a une importance capitale pour les entreprises, car elle permet de **favoriser leur engagement, leur productivité et leur rétention.**

Dans ce contexte, la vidéo offre un outil puissant pour créer une **expérience d'accueil immersive et mémorable.** En combinant l'aspect visuel, auditif et émotionnel, la vidéo permet de transmettre efficacement la culture, les valeurs et les informations clés de l'entreprise dès le premier jour du nouvel arrivant.

Cela permet de **ne pas submerger l'employé** d'informations qu'il ne retiendra pas, et lui donne la possibilité de visionner de nouveau s'il a besoin de certaines informations. La vidéo est également l'un des supports les plus facilement mémorables.

Cette démarche permet d'une part de briser la glace et d'autre part de mettre des noms sur les visages.

L'onboarding est une étape essentielle dans l'intégration d'un nouveau collaborateur, c'est pourquoi il est nécessaire d'y accorder du temps et de l'importance.

Elle sera la première impression sur l'ambiance et l'atmosphère de l'entreprise. La création d'**un kit d'onboarding**, regroupant les vidéos et les rendant facilement accessible sera un réel atout pour l'entreprise. Il pourra également être intégré au welcome pack de l'entreprise. En effet, il est primordial d'avoir le même processus pour l'ensemble des nouveaux collaborateurs.



## L'ONBOARDING



Cliquez ici

### Objectifs :

- **Présenter** l'entreprise
- **Expliquer** les valeurs et la culture
- **Fournir des informations** sur les processus internes création.

### TIPS

#### Script d'onboarding

Préparez un script détaillé pour guider la narration et les séquences de la vidéo. Incluez des informations clés sur l'entreprise, son histoire, sa culture, les attentes des employés et les ressources disponibles.

#### Témoignages d'employés

Intégrez des témoignages d'employés actuels dans la vidéo, qui partagent leur expérience de travail, leurs réussites et ce qu'ils aiment le plus dans l'entreprise. Cela aide les nouveaux employés à se sentir connectés et à se projeter dans leur nouvel environnement de travail.

#### Durée

Veillez à ce que la durée de la vidéo soit concise et adaptée à l'attention des spectateurs. Essayez de maintenir la vidéo dans une fourchette de 5 à 10 minutes pour éviter de perdre l'intérêt des nouveaux employés.

#### Accessibilité

Ajoutez des sous-titres ou des transcriptions pour rendre votre vidéo accessible à tous, y compris aux personnes malentendantes ou aux spectateurs qui préfèrent lire plutôt qu'écouter.

# Formation et développement : l'utilisation de la vidéo pour la formation en interne

---

La formation en interne est **un élément clé** pour le développement des compétences des employés et la croissance de l'entreprise. Dans ce contexte, la vidéo offre de nombreux avantages pour rendre la formation plus engageante, efficace et accessible.

Les vidéos **captent l'attention et suscitent l'intérêt** des salariés de manière plus efficace que d'autres formats de formation traditionnels. Grâce à des éléments visuels, auditifs et narratifs, les vidéos permettent de rendre le contenu plus vivant et engageant. Cela favorise **l'attention et la rétention des informations**, ce qui conduit à un meilleur apprentissage et une meilleure application des connaissances.

Elles peuvent être **facilement diffusées et accessibles** à tout moment et n'importe où, ce qui permet aux employés de suivre leur formation à leur propre rythme et selon leur disponibilité. Cela est particulièrement bénéfique dans un contexte où les employés peuvent être dispersés géographiquement ou avoir des horaires de travail variés. La flexibilité offerte par les vidéos permet d'**optimiser le temps de formation et d'adapter le contenu** à différents styles d'apprentissage.

L'utilisation de la vidéo permet de garantir **une formation uniforme** et cohérente pour tous les employés, en veillant à ce que les mêmes informations clés soient transmises de manière égale à tous. Cela est particulièrement important pour les entreprises avec des équipes dispersées ou des succursales dans différents endroits.

La vidéo assure une expérience de formation standardisée qui aide à **créer une culture d'entreprise cohérente et alignée**. Les employés peuvent visualiser des exemples concrets de situations professionnelles et observer les bonnes pratiques en action. Cela renforce l'apprentissage par l'observation et facilite la transposition des connaissances théoriques dans le contexte réel du travail.

Selon la plateforme d'hébergement de vidéos, vous pourrez également **suivre les progrès des employés, analyser les résultats des évaluations et obtenir des données sur l'engagement et la rétention des connaissances**. Cela permet d'ajuster et d'améliorer continuellement le contenu et les méthodes de formation.

## LA VIDEO FORMATION

### Objectifs :

- **Transmettre** des informations clés
- **Développer** des compétences spécifiques
- **Présenter** de nouveaux processus

### TIPS

#### Utiliser un langage clair et accessible

Utilisez un langage simple et compréhensible pour expliquer les concepts et les informations. Évitez les termes techniques complexes ou jargon qui pourraient être déroutants pour les salariés. Utilisez des exemples concrets et des illustrations visuelles pour rendre le contenu plus accessible.

#### Utiliser des visuels attrayants

Illustrez avec des graphiques, des schémas, des images et des animations pour rendre le contenu visuellement attrayant. Les visuels aident les apprenants à mieux comprendre les concepts et à retenir les informations. Assurez-vous que les visuels sont pertinents et complètent le contenu de la formation.

#### Favoriser l'interactivité

Intégrez des éléments interactifs dans la vidéo pour encourager l'engagement et l'interaction des apprenants. Cela peut inclure des questions à choix multiples, des pauses pour la réflexion, des activités pratiques à réaliser en parallèle, ou des liens vers des ressources complémentaires. L'interactivité renforce l'implication et l'apprentissage actif des employés.

#### Mises à jour régulières

Prévoyez des mises à jour régulières de la vidéo de formation en interne pour refléter les changements internes, les nouvelles procédures ou les évolutions des connaissances. Assurez-vous que le contenu reste à jour et pertinent pour les employés.

## Communication interne : renforcer la cohésion grâce à la vidéo

---

La vidéo permet de transmettre de manière **vivante et impactante** les valeurs et la culture d'entreprise. En utilisant des témoignages d'employés, des interviews, des histoires inspirantes et des images représentatives de l'environnement de travail, la vidéo aide à créer un **sentiment d'appartenance et à renforcer l'identité commune** des employés. Cela favorise la cohésion en rassemblant les équipes autour de valeurs communes et en renforçant le sentiment d'être partie prenante d'une même communauté.

Elle offre la possibilité de communiquer de **manière visuelle et émotionnelle**, ce qui permet de transmettre des messages plus impactants et mémorables.

Les employés sont plus enclins à **s'engager** émotionnellement avec le contenu vidéo, ce qui facilite la compréhension, l'adhésion et la rétention de l'information. La vidéo permet de **créer des histoires captivantes, d'utiliser des éléments visuels attractifs et de transmettre des émotions**, ce qui renforce la connexion entre les employés et favorise la cohésion.

## L'AFTER EVENT

### Objectifs :

- **Faire revivre** les moments forts et de garder une trace visuelle
- **Engager** les participants
- **Promouvoir** l'image de l'entreprise

### TIPS

#### Sélectionnez les moments forts

Identifiez les moments les plus mémorables de l'événement, tels que les discours inspirants, les performances remarquables, les interactions conviviales et les moments de networking. Ces moments serviront de base pour la création de votre vidéo.

#### Organisez les séquences

Classez les séquences vidéo et les images capturées pendant l'événement dans un ordre logique et cohérent. Cela permettra de raconter une histoire fluide et engageante dans la vidéo after event.



Cliquez ici

#### Durée

Gardez la vidéo after event concise et captivante. Essayez de ne pas dépasser quelques minutes afin de maintenir l'attention des spectateurs et de résumer efficacement l'événement.

#### Ajoutez de la musique

Sélectionnez une musique de fond appropriée qui correspond à l'ambiance de l'événement. Choisissez une musique entraînante pour les moments énergiques et joyeux, ou une musique plus douce et inspirante pour les moments de réflexion.

# Conseils pour votre première vidéo

# Bonnes pratiques

---



## Tournage

Utilisez un équipement vidéo simple, tel qu'un smartphone ou une caméra compacte, pour filmer les séquences de votre vidéo. Assurez-vous d'avoir une bonne qualité d'image et de son en choisissant un lieu bien éclairé et en utilisant un microphone externe si nécessaire.



## Montage

Sélectionnez les meilleurs extraits de chaque interview et assemblez-les de manière fluide pour créer une vidéo narrative et cohérente. Limitez-vous aux informations essentielles et aux moments les plus percutants afin de maintenir l'attention des spectateurs.



## Réalisation

N'hésitez pas à vous entourer de professionnels de la vidéo afin de vous aider à réaliser des vidéos percutantes et de qualité pour vos collaborateurs et futurs talents.

## Outils



CapCut est un logiciel de montage vidéo gratuit et facile à prendre en main. Il propose une multitude de fonctionnalités permettant des montages qualitatifs.



# Besoin d'aide pour vous lancer ?

Contactez-moi !

[malauriefnt@gmail.com](mailto:malauriefnt@gmail.com)



Malaurie Fontaine