Les bonnes pratiques sur Periscope

* Afin de créer plus d’engagement et de partages sur la vidéo, n’hésitez pas à la rendre publique. Les flux de vidéos publics permettent d’être partagés par tous, une bonne idée pour toucher un public plus vaste. Néanmoins, si vous voulez créer un événement exclusif et « forcer la main » à votre communauté pour vous suivre sur Periscope, vous pouvez aussi diffuser sur une liste restreinte à une sélection d’abonnés
* Paramétrer correctement votre Periscope : devez-vous géolocaliser ce flux vidéo ? Cela permettra aux abonnés de la région d’être avertis plus facilement. Twitter recommande cependant de ne pas partager votre position géographique exacte, pour des raisons de sécurité et de confidentialité. (Qui n’ont bien évidemment pas lieu d’être si vous communiquez pour une entreprise publique ou que vous filmez en direct d’un événement public, par exemple).
* Pensez à bien synchroniser vos comptes twitter et Periscope pour que l’application vidéo envoie directement les tweets pour prévenir votre communauté. The more, the merrier ! Aussi, en synchronisant correctement vos comptes, vous pourrez être mentionné par d’autres comptes, d’où l’importance d’harmoniser au maximum les noms des comptes sur les réseaux sociaux.

Derniers conseils pratiques pour le replay sur Periscope

Contrairement à un Vine ou une vidéo sur Youtube qui ne s’effacent jamais, le replay sur Periscope n’est disponible que 24 heures. Le replay est désormais aussi disponible sur la version desktop pendant 24 heures. Pensez aussi aux bons hashtags, qui permettront à des fans de communautés connexes de tomber sur votre replay.

Enfin, au niveau analytics, Periscope vous fournit quelques analytics utiles à la fin de vos diffusions. Après chaque ﬂux vidéo, vous avez accès à des informations telles que le nombre de personnes ayant regardé en direct (live viewers), depuis leur navigateur internet (web viewers) et ceux qui ont regardé en replay (replay viewers). J’aime aussi beaucoup le KPI : « Taux de rétention ». Objectif 100% : un viewer qui se connecte à votre flux doit rester du début à la fin !

N’oubliez pas de donner RDV à votre communauté une semaine, une journée, une heure ou 10 minutes avant la diffusion, afin que les fans aient le temps de se passer le mot et de noter le RDV dans leur agenda

Et pour finir, ne pas oublier de structurer la vidéo : début et conclusion, sans oublier de saluer les spectateurs auxquels on s’adresse.

**Live vidéo sur Facebook**

Notez juste qu’une vidéo diffusée sur une page est toujours publique, tandis que pour une vidéo de profil, vous pouvez choisir de ne la diffuser qu’à vos amis par exemple.

Explication des démarches de réglages : <http://socialmediapro.fr/comment-utiliser-facebook-live-video/>

Il est ensuite possible de télécharger la vidéo dans la galerie Facebook du compte.

GoToWebinar

<http://www.gotomeeting.fr/webinar> --> Appli pour faire des webinaire, mais le prix est assez élevé voir quand l’entreprise aura plus de notoriété ? Concordance avec nombre de membres (100)

Any Meeting : <http://www.anymeeting.com/>

Intuitif et pas cher

Webinars on air : <https://www.webinarsonair.com/>

Pas très cher, accessible facilement. S’utilise via Google Plus.

Liste de 4 autres logiciels pour webinaire, plus tourné vers les professionnels : <http://www.directmeeting.com/webinar/>

Formation network <https://secure.socialmediapro.fr/lp/webinaire-fbmarketing-v1>