

Utiliser le Contenu complémentaire pour développer votre auditoire



ANALYSER



LOCALISER



ENGAGER



RÉPONDRE



TRACER

Pourquoi créer du Contenu complémentaire ?

Le Contenu complémentaire fait référence aux ressources promotionnelles qui sont produites en plus de la programmation (long métrage, série web) et qui contribuent à accroître les auditoires et à développer le lien du spectateur avec un projet.

Les bandes-annonces, les extraits de coulisses et les images pour les médias sociaux en sont des exemples courants. Un Contenu complémentaire pourrait également aider à éduquer l'auditoire, à éclairer ses choix et à stimuler un changement positif. Par exemple, des outils pédagogiques et d'apprentissage de base, des jeux simples, des guides destinés à la projection et à la discussion, des épisodes web, des balados, des blogues, des livres électroniques et des infolettres.

Le Contenu complémentaire doit être soutenu par une Organisation en santé ou une recherche sous-jacente sur le sujet et être facilement accessible aux spectateurs de la programmation.

Pourquoi créer du Contenu complémentaire pour votre projet de média à l'écran?

Toutes les demandes aux étapes de développement, production et post-lancement du Fonds TELUS doivent inclure à la fois la Programmation et le Contenu complémentaire. Pour plus d'informations, consultez nos lignes directrices du programme sur notre site web fondstelus.ca.

Un Contenu complémentaire nécessite souvent une planification et un investissement minutieux. Vous vous demandez peut-être à quoi bon ? Ces ressources peuvent être un moyen efficace de faire connaître un projet et de développer l'engagement de l'auditoire.

Stratégies gagnantes

Le contenu court et natif des plateformes (par ex. TikTok, Reels, YouTube Shorts) surpasse souvent les bandes-annonces traditionnelles et les publications statiques. Les témoignages, les extraits de coulisses et les entrevues avec des

Utiliser le Contenu complémentaire pour développer votre auditoire



ANALYSER



LOCALISER



ENGAGER



RÉPONDRE



TRACER

experts résonnent auprès des auditoires en quête de connexion et de contexte. Le contenu interactif, comme les sondages, les quiz et les défis, est encore sous-utilisé mais peut considérablement renforcer l'engagement.

Utiliser les données pour orienter votre stratégie

Surveillez les taux d'engagement, le sentiment et les habitudes de visionnement sur les différentes plateformes. Exploitez ces informations pour adapter votre calendrier de publication, vos choix de formats et vos messages, afin d'obtenir une portée et une influence maximales.

Outils optionnels

Des outils d'intelligence artificielle comme ChatGPT, Jasper ou Descript peuvent vous aider à générer des sous-titres, planifier vos publications et réutiliser efficacement vos contenus, tout en préservant la voix de votre projet.

À retenir

Le Contenu complémentaire n'est pas un simple ajout : c'est un outil stratégique qui aide votre projet lié à la santé et au bien-être à atteindre et engager les auditoires cibles qui en ont le plus besoin.

Exemples

Transplant Stories a commencé à publier sur TikTok pour atteindre de nouveaux auditoires et une vidéo est devenue virale dès la première semaine, avec 41 000 vues pour cette seule publication. Ils ont ensuite partagé davantage d'extraits de coulisses et d'histoires de patients, ce qui a mené à une autre vidéo virale atteignant 20 000 vues, démontrant ainsi l'importance de tester et d'ajuster le contenu en fonction des premiers résultats.

Histoires de proches aidants a constaté que son auditoire est principalement actif sur Facebook et Instagram. En misant sur des publications collaboratives avec des partenaires, ils ont accru leur portée et leur visibilité, bâtissant un auditoire de plus de 67 000 abonnés Facebook et 3 600 abonnés Instagram.

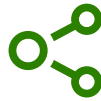
Utiliser le Contenu complémentaire pour développer votre auditoire



ANALYSER



LOCALISER



ENGAGER



RÉPONDRE



TRACER

Bonnes pratiques

- Penser stratégiquement : Considérer le Contenu complémentaire comme faisant partie intégrante de votre stratégie de développement de l'auditoire, et non seulement comme de la promotion.
- Adapter aux plateformes : Utiliser des vidéos verticales et courtes pour TikTok et les Reels, des vidéos explicatives plus longues pour YouTube, et du contenu partageable pour Facebook.
- Être constant : Maintenir une fréquence de publication régulière afin de bâtir la confiance du public et de garder les algorithmes de votre côté.
- Utiliser un appel à l'action clair : Inciter les spectateurs à regarder, s'abonner, partager ou commenter.
- Varier les formats : Proposer différents types de contenus (ex. : extraits de coulisses, séances de questions-réponses, témoignages en capsules) afin de rejoindre divers segments d'auditoire.
- Privilégier l'authenticité : Un récit clair et porteur d'émotions surpasse souvent des visuels trop travaillés.
- Tester l'interactivité : Intégrer des sondages, quiz ou défis pour accroître l'engagement et stimuler la conversation.