



ABCI : 2 février 2024



**Patrick
Vanderheyde**

Owner LDV
Production



Gérald Pignol

Communications Director
Culture and Change, GSK

A man with grey hair and safety glasses is smiling in a laboratory setting. The background is slightly blurred, showing lab equipment and yellow safety barriers.

Notre mission

Nous unissons la science, la technologie et les talents pour devancer ensemble la maladie.

Notre objectif est d'avoir un impact positif sur la santé de **2,5 milliards de personnes** au cours des 10 prochaines années.

GSK

► Notre portefeuille

Vaccins

Notre portefeuille inégalé cible les maladies infectieuses à tous les stades de la vie et contribue à protéger les personnes contre la méningite, le zona, la grippe, la polio, la rougeole et bien d'autres maladies.

20+

vaccins dans notre portefeuille

500mio

doses de vaccins délivrées en 2022

4 sur 10

enfants vaccinés reçoivent un vaccin GSK chaque année

20

vaccins candidates dans notre pipeline

Médicaments spécialisés

Nous nous concentrons sur des médicaments anticancéreux qui changent la vie, sur des traitements pionniers pour les maladies à médiation immunitaire et nous continuons à être des leaders mondiaux dans le domaine des médicaments contre le VIH.

1er

à l'origine du premier traitement contre le VIH en 1980 et leader en matière d'innovation dans le domaine du VIH

1er

nouveau médicament contre le lupus depuis plus de 50 ans

Médicaments généraux

Des médicaments inhalés pour l'asthme et le BPCO aux antibiotiques et aux médicaments pour les maladies de la peau, nous continuons à améliorer la vie de millions de personnes dans le monde entier.

50 ans

à aider des millions de personnes souffrant de troubles respiratoires à mieux respirer

150+

médicaments dans notre portfolio

GSK

¹ GSK annual Report 2022

► Belgique: le coeur des vaccins de GSK

3 sites majeurs de vaccins de GSK en Belgique (à Wavre, Rixensart et Gembloux), incluant les fonctions globales, ainsi que les opérations commerciales locales.

Nous représentons **le plus grand réseau industriel** de vaccins au monde.



R&D

(recherche et développement clinique)



Fabrication et Emballage

(primaire et secondaire)



Distribution en Belgique et Exportation
dans le monde entier



GSK

Nous sommes LDV Production

Depuis 2004, notre agence assure la conception et la production de contenus médiatiques audiovisuels : vidéos, photos, radio et télévision - tant au niveau local qu'à l'étranger.



Directors - Cameramen -
Photographers



Sound engineers



Drone flight specialists



Editors - Developers



Specialists in compositing -
Graphic animation - Art working.



Designers - Graphic artists -
Creators - Story boarders -
Copywriters



Podcast



Project & communication
managers



La vidéo en com interne : oui mais... oui !



*Impact, proximité, créativité, attrait, autant
d'arguments en faveur de ce média.
Alors pourquoi ce « mais » ?*



Coup d'oeil dans le rétroviseur. La communication interne digitale évolue elle aussi.

La vidéo est devenue une pièce centrale dans les stratégies de communication interne des entreprises. Les entreprises intègrent des vidéos dans toutes leur communication (RH, Sécurité, Formation,...) et sur tous leurs canaux (mailing, intranet, TV, Live, event, etc.)



Web

**Les années 1990 :
Démocratisation d'internet**

Les moteurs de recherche apparaissent pour accompagner les plateformes de transfert de fichiers. Les entreprises commencent à se positionner sur ce gigantesque magazine en ligne.



Web 2.0

Début 2000 : Les premiers e-commerce et l'arrivée du marketing 2.0

L'utilisateur est maintenant sollicité. On parle d'intelligence collective/participative. Le consommateur donne publiquement son avis sur les marques.



Web 3.0

Depuis 2009 : Le « marketing numérique » se développe

Affichage publicitaire dynamique et « big data ». On tient désormais compte du contexte, des centres d'intérêt, de la localisation et des besoins de chaque utilisateur.

Chaque année, le volume des contenus vidéo croît de façon exponentielle !

Que ce soit pour développer une visibilité sur internet, générer des leads ou accroître sa communauté sur les réseaux sociaux.

78%

78 % des internautes regardent des vidéos en ligne chaque semaine, et 55 % en regardant tous les jours.

82%

En 2022, les vidéos représentent plus de 82 % du trafic mondial, soit 15 fois plus qu'en 2017. (Cisco)

25%

25 % des entreprises publient des vidéos chaque semaine, 18 vidéos par mois pour être précis. (HubSpot)

6

6 personnes sur 10 préfèrent regarder des vidéos en ligne plutôt que la télévision. (Google)

Conséquence, les entreprises s'organisent !

Les départements communication des entreprises se professionnalisent

Internalisation des tâches

Des supports de communication adaptés



Le case du jour.

► Le briefing

- Présenter les membres de la nouvelle équipe de direction.
- Adopter une approche différente, informelle et plus personnelle.
- Créer de la proximité en mettant en avant la personne, authenticité.
- **Format:**
 - *Konbini* – “Fast and Curious”.
 - Interviews enregistrées via Teams.
 - Questions courtes, réponses courtes et spontanées.
 - Vidéo courte avec 2 membres du comité de direction à chaque édition.
 - Une campagne sur 5 semaines (2 vidéos par semaine) via le réseau social interne et les canaux de communication.

Nous constatons 4 tendances vidéo en 2024 !



1



"Done is better than perfect!"

L'idée est de gérer votre communication digitale en interne et d'adopter la philosophie du « **done is better than perfect** ».

Avec cette stratégie, vous réfléchissez à votre contenu et gérez sa diffusion en acceptant de faire des potentielles erreurs stratégiques.

Cela n'est pas forcément mauvais. L'authenticité d'une entreprise peut jouer en sa faveur.

Ça montre que de vrais humains sont derrière la communication de l'entreprise.

Cependant, vos résultats seront mitigés. Pour obtenir des résultats probants, il faut une large variété de compétences et connaître les dernières tendances.



2

Deuxième tendance, les vidéos courtes et verticales. Les créateurs ont la parole !

Celles que vous retrouvez sur Tik Tok, sur Instagram avec les reels et sur YouTube avec les Shorts.

Elles sont parfaites pour créer une relation de proximité avec votre audience et créer de l'engagement en vous filmant face caméra par exemple, vous pouvez faire découvrir les coulisses de votre entreprise ou encore un événement que vous êtes en train d'organiser.

Les possibilités sont vraiment multiples. Alors pourquoi les vidéos courtes verticales fonctionnent ?

Faciles à regarder et parfaitement adaptées à un visage sur smartphone.

Peu importe l'endroit où se trouve le spectateur/client/collègue, ils vont pouvoir consommer vos vidéos.

N'oubliez pas le sous titrage !

Si on est dans un endroit où on ne peut pas activer le son.

Sans oublier que, par exemple, sur Instagram, les vidéos sont par défaut avec le son coupé.

L'intelligence artificielle est notre
amie.

3



L'intelligence artificielle !

Les vidéos générées par intelligence artificielle sont en plein boom. Une véritable révolution à laquelle nous assistons chaque jour.



L'intelligence artificielle !

Les vidéos générées par intelligence artificielle sont en plein boom. Une véritable révolution à laquelle nous assistons chaque jour.



L'intelligence artificielle !

Les vidéos générées par intelligence artificielle sont en plein boom. Une véritable révolution à laquelle nous assistons chaque jour.



Quatrième tendance,
la vidéo en direct.

Proposer des micro LIVE !

Créer le rendez-vous !

Des live durant lesquels vous interagissez en direct avec votre communauté/ vos collègues est une excellente façon de vous faire parler de vous. Les participants pourront échanger avec vous et vous poser toutes leurs questions.

Authenticité & interactivité.

Bien que ce soit par écrans interposés, Un live réussi conjuguera authenticité et interactivité. Vous renverrez le message d'une entreprise authentique qui interagit en mettant les participants du live au premier plan.

Replay.

Une fois le live terminé, vous pourrez réutiliser les images en proposant un replay et même en montant des vidéos courtes centrées sur des extraits du live en particulier.

4

Nos recommandations





1

Avoir une relation de confiance !

Il faut pouvoir s'entourer et s'associer d'experts qui pourront construire une communication digitale sur mesure pour votre entreprise.
Vos messages seront plus travaillés, vous gagnerez du temps et aurez des résultats plus rapidement.

Votre choix va dépendre de vos compétences, de vos objectifs, et de votre budget.

Nos recommandations pour accroître votre visibilité en amplifiant vos contenus vidéos à bas coûts

2

Avoir un plan de contenu

Un plan de contenu détermine le contenu que vous souhaitez créer et définit les attentes quant à la manière dont il doit être créé. Votre plan de contenu indiquera qui est responsable de la création et de la production du contenu, quel est l'objectif du contenu et comment le contenu aura un impact sur votre stratégie de contenu globale.

Nos recommandations pour accroître votre visibilité en amplifiant vos contenus vidéos à bas coûts

3

Industrialiser le processus de création vidéo

Industrialiser votre processus de création vidéo nécessite une réflexion en amont et une bonne préparation.

Il se traduit par une réflexion sur l'adaptation des vidéos dans différents formats et l'adaptation des messages. Ainsi que la mise en place de "template".



, vous êtes maintenant prêts à réaliser les prochaines vidéos
qui enflammeront la Toile... et/ou votre intranet !



MERCI !



we play
your vision



CONTACT

Patrick Vanderheyde
patrick@ldvproduction.com
0497/05.35.78



LDVPRODUCTION.COM