



**Nos idées créatives
pour animer votre
communication interne**



Vos intervenantes



Cintia Da Veiga
Customer Engagement Manager



Valentine Dorlanne
Customer Success Manager



Agenda

1. L'authenticité avant tout !
2. Engager les collaborateurs grâce à la vidéo
3. Employee Advocacy : la parole à ceux qui font l'entreprise
4. Informer, former, éduquer
5. Questions/Réponses

QUIZ !

QUIZ !

Quel % de collaborateurs préfère le format vidéo comparé aux articles rédigés ?

40%

A

55%

B

78%

C

Quel % de collaborateurs préfère le format vidéo comparé aux articles rédigés ?

40%

A

55%

B

78%

C

Vrai ou Faux. Les collaborateurs retiennent 95% d'un message partagé en vidéo, comparé à un format texte statique.

Vrai

Faux

Vrai ou Faux. Les collaborateurs retiennent 95% d'un message partagé en vidéo, comparé à un format texte statique.

Vrai

Faux

La vidéo en communication interne permet d'augmenter l'engagement des employés de...

30%

40%

50%

La vidéo en communication interne permet d'augmenter l'engagement des employés de...

30%

40%

50%

Quel est le pourcentage de collaborateurs estimant qu'il est plus compliqué de tisser des liens avec des collègues en télétravail ?

33%

A

21%

B

16%

C

Quel est le pourcentage de collaborateurs estimant qu'il est plus compliqué de tisser des liens avec des collègues en télétravail ?

33%

A

21%

B

16%

C

Contexte et objectif du webinar

- Entreprise de + en + globales
 - Collaborateurs dispersés
- Refonte des méthodes traditionnelles de communication

Le but de la comm interne?

- assurer une circulation fluide de l'information
- renforcer l'engagement des collaborateurs
- préserver une culture d'entreprise solide (même à distance !)

Les tendances 2025 dans la comm interne

Authenticité

Formats courts

Personnalisation

Humanisation

Podcast

Micro learning

Employee
Advocacy

IA

L'authenticité
avant tout !

L'authenticité avant tout !

Pourquoi ?

- Les collaborateurs recherchent du vrai : stop aux communications institutionnelles et formatées !
- Les codes de la communication ont changé : TikTok, Instagram, Youtube ont imposé des formats plus naturels, plus incarnés (et même LinkedIn s'y met !)

Encourager les employé·e·s à créer leurs propres vidéos avec des outils simples comme PlayPlay.

Former les équipes aux formats courts et engageants.

Oser tester des formats plus spontanés et légers.

L'authenticité avant tout !

1. Des vidéos incarnées par les collaborateurs eux-mêmes

→ Les salarié·e·s sont les meilleurs ambassadeurs de votre entreprise !

✓ Les interviews spontanées :
format court où un
collaborateur répond à une
question en 30 sec.

✓ Les vlogs en interne :
un employé filme son quotidien
et partage ses expériences.

✓ Les “meet the team” vidéos :
une façon simple et humaine
d'accueillir et de présenter
de nouveaux collaborateurs.

L'exemple à suivre 💡

PlayPlay : Présentation des nouveaux arrivants

Ce qu'on aime ❤️

- Les photos des collaborateurs qui font vivre les équipes
- La liberté musicale qui donne le rythme
- Le pep's des GIFs qui dynamisent tout



L'authenticité avant tout !

2. Des formats courts et naturels

→ Adieu les vidéos ultra-scriptées et montées à l'excès, place à l'instantané et au naturel !

✓ Des messages vidéo spontanés des dirigeants (ex. : réaction à une actu interne, message motivationnel).

✓ Les vidéos "coulisses" pour montrer la vraie vie de l'entreprise.

✓ Les vidéos selfie pour des annonces importantes (plutôt qu'un long email froid).

L'exemple à suivre 💡

Ce qui a marqué votre année 2024 ?



Ce qu'on aime ❤️

- Des sous-titres en plusieurs langues pour plus d'accessibilité
- Un montage simple et efficace
- Une mise en lumière des succès de nos collaborateurs

L'authenticité avant tout !

3. Un ton plus humain et accessible

→ Le ton de la communication interne doit être aligné avec les usages des collaborateurs.

✓ Utiliser de l'humour et des références culturelles.

✓ Intégrer des formats interactifs (quiz vidéo, réactions en direct).

✓ Accepter l'imperfection : un tournage un peu brut peut renforcer l'authenticité.

L'exemple à suivre 💡 :

PlayPlay : Quiz interne pour la journée internationale des droits des femmes

Ce qu'on aime ❤️

- Spontanéité : rien n'est préparé !
- Simple et efficace : pas besoin d'un montage hollywoodien !
- Une touche d'humour qui reflète notre culture à 100 %



Les astuces de nos expertes

Les pièges à éviter pour une communication vidéo authentique

- ❌ Trop vouloir contrôler le message
- ❌ Surproduire les vidéos
- ❌ Ignorer les nouveaux codes des réseaux sociaux
- ❌ Limiter la parole aux managers

Engager les **collaborateurs**

autour de vos actualités,
événements et culture d'entreprise

Engager les collaborateurs grâce à la vidéo

Pourquoi ?

- Les emails et newsletters internes ne suffisent plus : trop longs, trop nombreux, trop ignorés.
- Le format vidéo capte **10x plus** l'attention qu'un texte classique.
- Le travail hybride et le distanciel rendent l'engagement plus difficile → la vidéo recrée du lien et dynamise la culture d'entreprise.

Adopter un rythme de diffusion régulier avec des formats courts et impactants.

Tester des vidéos interactives pour stimuler l'attention.

Personnaliser le contenu pour le rendre plus pertinent et engageant.

Engager les collaborateurs grâce à la vidéo

1. Des vidéos courtes et rythmées pour capter l'attention

→ Les collaborateurs sont sollicités de toutes parts, il faut aller à l'essentiel.

✓ Les formats “snack content”
: des vidéos de 30 secondes à 1
minute max.

✓ Les formats récurrents : pour
régulièrement partager l'actu, les
chiffres, les nouvelles recrues,
les moments forts de
l'entreprise.

✓ Les “Success Stories”
internes : une vidéo rapide pour
mettre en lumière un projet
réussi ou un employé.

L'exemple à suivre

Apivia Courtage : Campagne de sensibilisation aux gestes qui sauvent

samedi 18 novembre



10h - 12h
13h30 - 15h30

Session gratuite

Réservez votre créneau

Ce qu'on aime

- C'est court, droit au but
- Toutes les infos essentielles
- Très dynamique
- Sympa à regarder (polices, icônes, animations...)

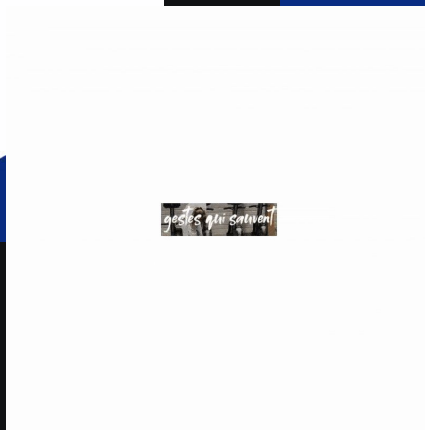
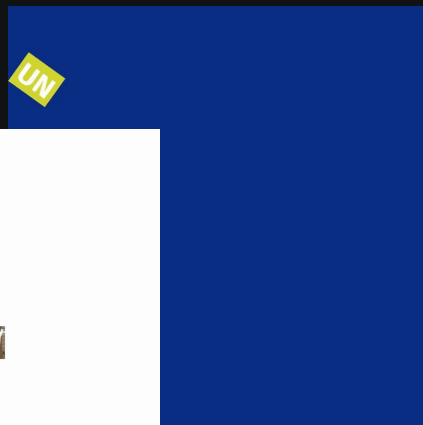
L'exemple à suivre

Apivia Courtage : Campagne de sensibilisation aux gestes qui sauvent

Teaser

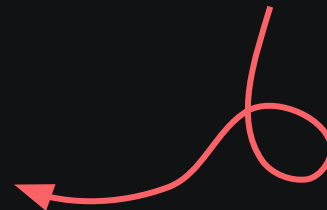


Remerciements



Récap

Une campagne
complète en vidéo !



Engager les collaborateurs grâce à la vidéo

2. Les vidéos interactives pour créer de l'engagement

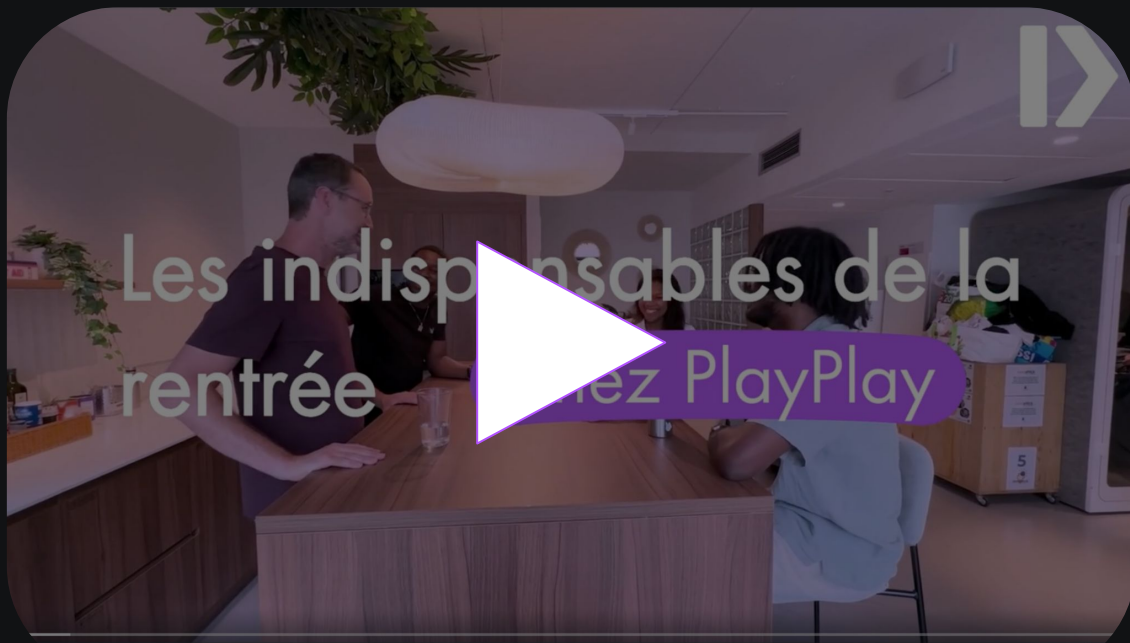
→ Ne plus être passif devant une vidéo, mais y participer !

✓ Sondages et votes intégrés :
une vidéo qui demande aux
employé·e·s leur avis en fin de
séquence.

✓ Formats participatifs/
challenge : ex. "Filmez votre
indispensable pour affronter la
rentrée".

L'exemple à suivre 💡

PlayPlay : Les indispensables de la rentrée



0:03 / 1:15

created with PlayPlay

Ce qu'on aime ❤️

- Naturel, authentique, humoristique
- Courte et dynamique
- Chacun peut se filmer à distance ou au bureau

Engager les collaborateurs grâce à la vidéo

3. L'ultra-personnalisation pour maximiser l'impact

➡ Plus une vidéo parle directement au collaborateur, plus elle a d'impact.

✓ Des vidéos adaptées à chaque équipe ou service (ex. un message RH pour les managers, un autre pour les nouvelles recrues).

✓ Des messages vidéo personnalisés (ex. un onboarding vidéo adressé à chaque nouvel employé avec son prénom et son équipe).

✓ L'IA pour générer du contenu sur mesure (ex. un bilan annuel personnalisé en vidéo pour chaque salarié).

L'exemple à suivre 💡

Journée des droits des femmes :
interview inspirante
et attendrissante

Ce qu'on aime ❤️

- Le storytelling
- Une madeleine de proust :
c'est attendrissant !
- Permet d'aborder le sujet avec
un angle original et fun.



Les astuces de nos expertes

Convaincre les collaborateurs de passer devant la caméra

Normalisez les imperfections.

Donnez l'exemple et rassurez !

**Permettez des
enregistrements en petit
comité.**

**Récompensez les
participations.**

Employee Advocacy :
la parole à ceux qui font
l'entreprise

Employee Advocacy : la parole à ceux qui font l'entreprise

Pourquoi ?

- Les employés sont les meilleurs porte-paroles de l'entreprise : 92% des consommateurs font plus confiance aux recommandations des employés qu'aux messages institutionnels.
- La communication descendante ne suffit plus : place à une communication plus horizontale et participative.
- Les collaborateurs recherchent du sens et de la reconnaissance : les impliquer dans la communication interne renforce leur engagement.

Mettre en place des formats vidéo
faciles et accessibles pour tous

Valoriser les contributions en diffusant les vidéos
en interne et sur les réseaux.

Jouer sur l'ultra-personnalisation en permettant aux
collaborateurs d'ajouter leur touche perso (musique, gif...)

Employee Advocacy : la parole à ceux qui font l'entreprise

1. Les vidéos “Voix des employés” : donner la parole aux équipes

→ Un moyen authentique et impactant d'humaniser la communication interne.

✓ Les témoignages employés →
“Pourquoi j'aime travailler ici ?”
en 30 sec.

✓ Les “journées dans la vie de...”
→ Un collaborateur filme son
quotidien et partage son
expérience.

✓ Les portraits express
→ Présenter chaque employé
en 3 questions-réponses vidéo.

L'exemple à suivre



Ce qu'on aime ❤️

- Mettre les collaborateurs sur le devant de la scène
- Le format podcast qui apporte un vent de fraîcheur



Employee Advocacy : la parole à ceux qui font l'entreprise

2. Les défis et campagnes participatives : engager les collaborateurs

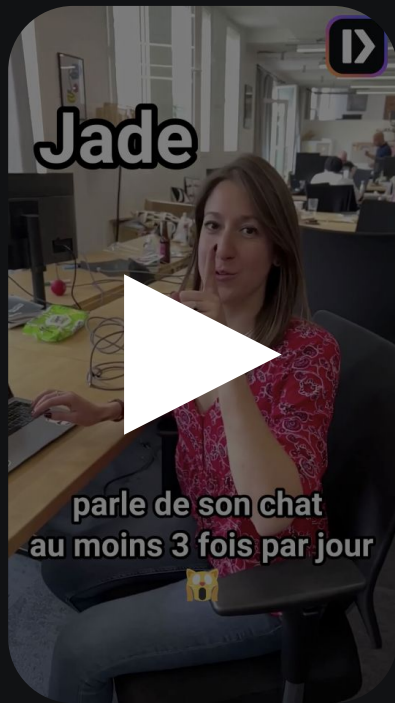
→ Créer du contenu en co-construction avec les employés.

✓ Un challenge vidéo d'équipe
→ "Filmez votre meilleur moment au travail cette semaine !"

✓ Une série collaborative
→ Chaque service filme un aspect de son quotidien et contribue à une vidéo collective.

✓ Les coulisses des événements internes
→ Les collaborateurs capturent et partagent leur point de vue.

Les exemples à suivre 💡



Challenge TikTok de l'été



Ce qu'on aime ❤️

- La participation des collaborateurs qui fait toute la différence
- La reprise des tendances TikTok pour un max d'engagement
- Les sous-titres qui captent l'attention dès la première seconde



Voeux de fin d'année



Employee Advocacy : la parole à ceux qui font l'entreprise

3. L'Employee Advocacy pour amplifier la marque employeur

→ Encourager les employés à partager du contenu en externe pour attirer et fidéliser les talents.

✓ Les "Success Stories" personnelles

→ Un employé partage son évolution et son parcours dans l'entreprise.

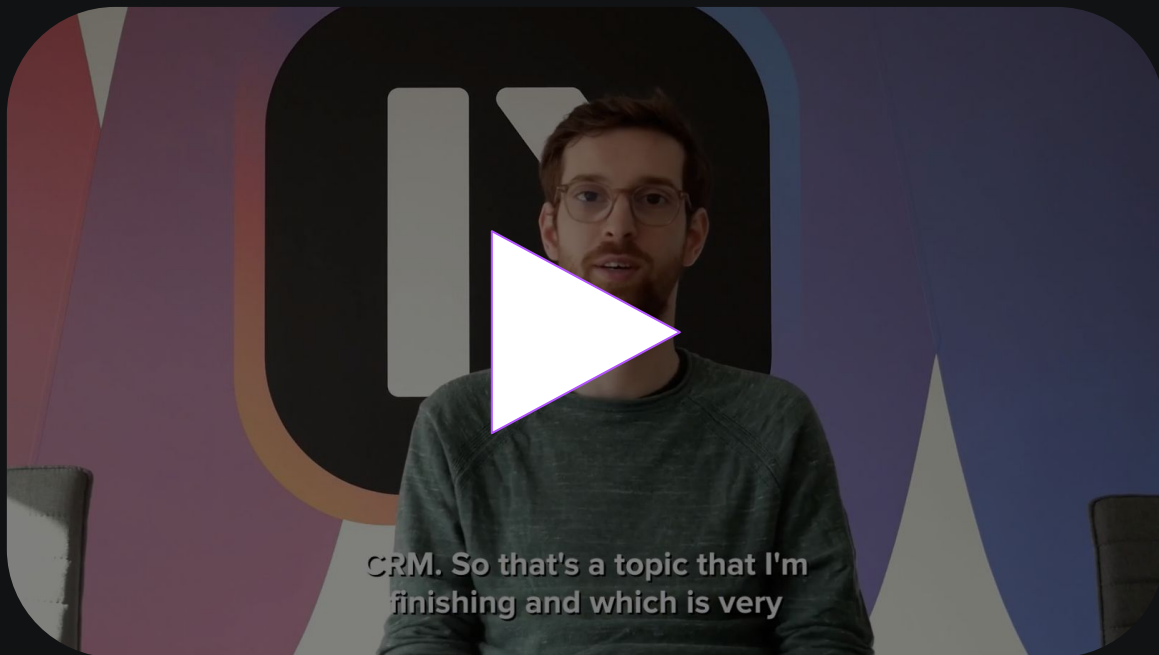
✓ Les vidéos

"Pourquoi nous rejoindre ?"
→ Les collaborateurs expliquent en 30 sec pourquoi ils aiment leur job.

✓ Les réactions à l'actualité de l'entreprise

→ Ex. : "Que pensent nos équipes de notre nouveau projet RSE ?"

L'exemple à suivre



Ce qu'on aime ❤️

- Rendre les sujets accessibles
- Des plans de coupe soignés qui captivent l'œil

Les astuces de nos expertes

Les bonnes pratiques pour une Employee Advocacy efficace :

- ✨ Donner de la liberté aux employés
- ✨ Encourager les contenus personnels et variés
- ✨ Créer un environnement propice à l'engagement

Informar, formar, educar

Informier, former, éduquer

Pourquoi ?

- Les collaborateurs n'ont plus le temps pour des formations longues : ils veulent des contenus digestes.
- Les formats vidéo courts boostent la mémorisation : un message visuel est retenu 80% plus longtemps qu'un texte.
- Le travail hybride impose de nouvelles manières d'apprendre : chacun doit pouvoir se former à son rythme, où qu'il soit.

4. Informer, former, éduquer



Comment intégrer cette tendance dans sa communication interne ?

- ✓ Remplacer les PDF et longs modules par des vidéos courtes et dynamiques.
- ✓ Rendre les formations accessibles sur mobile et en libre accès.
- ✓ Encourager un format progressif : une vidéo par jour/semaine pour un apprentissage continu.

Le micro-learning

Les vidéos informatives dynamiques

Les formats interactifs

Informers, former, éduquer

1. Le micro-learning : les vidéos "1 concept = 1 minute"

→ Transmettre une information clé en un temps record.

✓ "Le saviez-vous ?" : une mini-vidéo qui explique une règle, un concept ou un process.

✓ "Dans la peau de..." : filmez une journée type d'un collègue pour mettre en avant un service, un projet ou un métier interne.

✓ Les capsules informatives : mini-vidéo animée pour sensibiliser à un sujet ou informer sur un changement et ses impacts.

L'exemple à suivre

Modèle "Multi Device Tutorial" : capsule de formation



Les bonnes pratiques

- Peu de texte, moins d'effort demandé
→ privilégier une voix-off
- Plus dynamique avec les personnages animés
- Plus digeste

Informers, former, éduquer

2. Les vidéos informatives dynamiques

→ Un format ultra-actionnable pour apprendre rapidement un process ou partager des bonnes pratiques.

✓ Vidéo “Avant/Après” :
montrer comment une
initiative, un outil ou nouveau
process permet d'améliorer le
quotidien des collaborateurs.

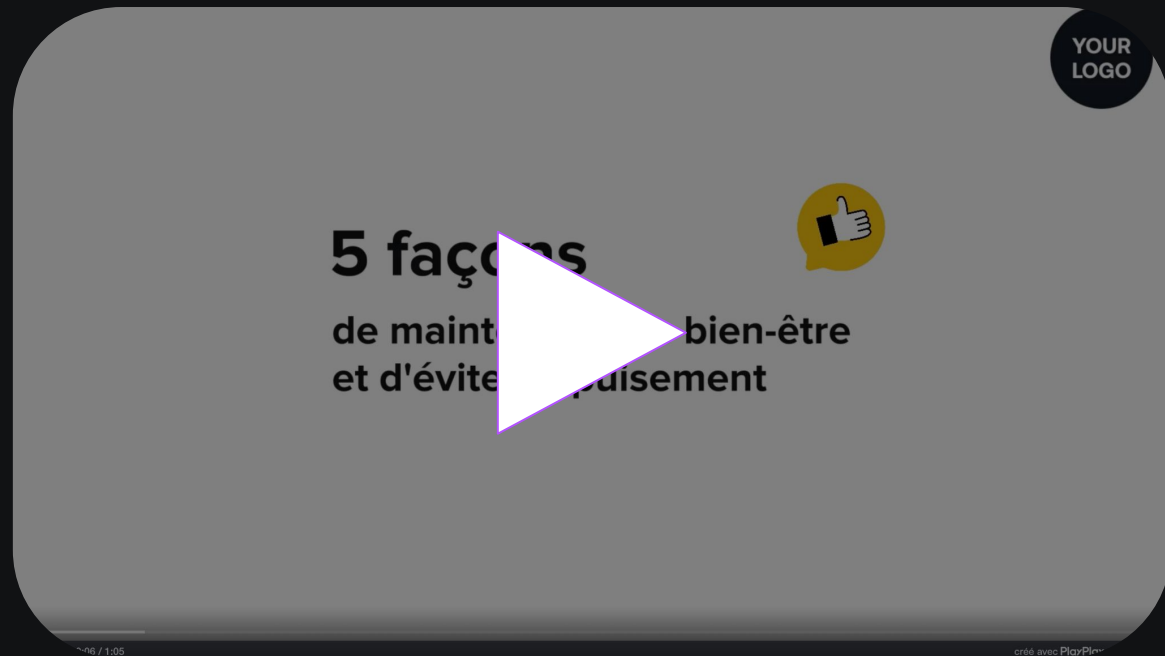
✓ “Les 3 bonnes pratiques du
feedback” : une formation soft
skills ultra-courte.

✓ “Le guide express du nouvel
outil CRM” : une vidéo animée qui
résume l'essentiel.

L'exemple à suivre



Modèle "Explainer Video #1" : informer et sensibiliser



Les bonnes pratiques

- Ultra dynamique
- Plus vivant avec les personnages animés
- Plus digeste

Informers, former, éduquer

3. Les formats interactifs pour ancrer l'apprentissage

→ Passer d'une vidéo passive à une expérience engageante.

✓ Les quiz vidéo : une question s'affiche à la fin pour tester la compréhension.

✓ Les scénarios interactifs : "Que feriez-vous dans cette situation ?" : plusieurs choix en vidéo.

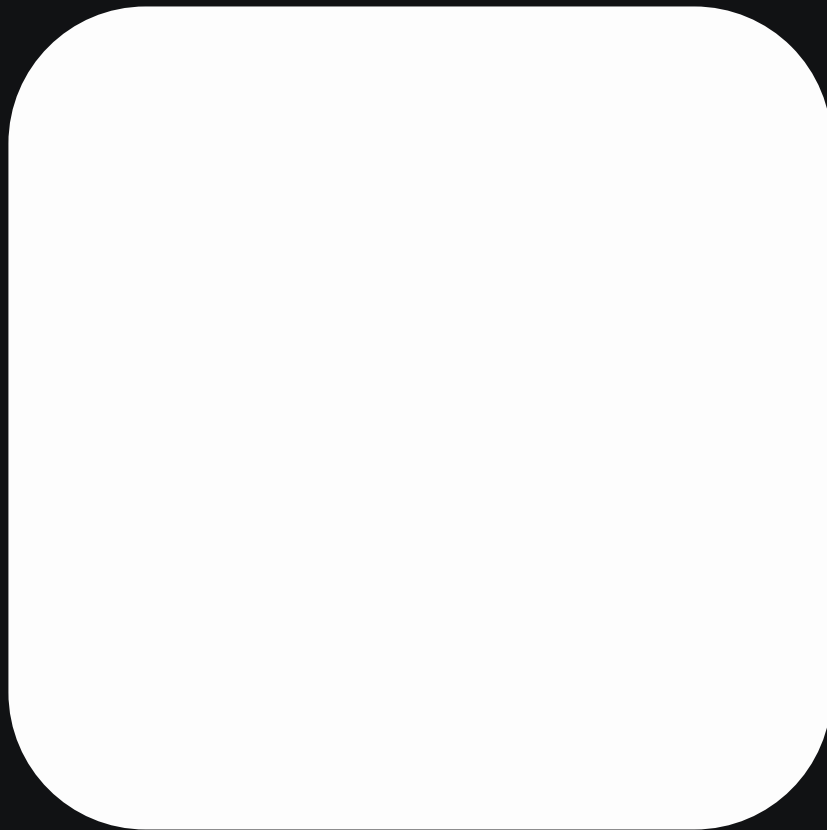
✓ Variez les formats interactifs : quiz, sondage, défis, jeux, contributions des collaborateurs...

L'exemple à suivre

PlayPlay : Quiz interne pour la journée internationale pour les droits des femmes

Ce qu'on aime

- Ultra dynamique : ça change d'une vidéo informative classique
- Format quiz : plus simple et naturel à filmer
- Informer et sensibiliser, de manière **subtile** et **fun**



Les astuces de nos expertes

Réussir vos tutos et vidéo de formation/ learning

Privilégier des vidéos avec moins de texte

(et ajoutez plutôt une voix-off)

Dynamiser avec des éléments dynamiques et des personnages/ illustrations

Privilégier les formats courts

ou des séries de vidéos plutôt d'une longue vidéo

Misez sur des formats plus interactifs et engageants :
quiz, jeux, challenges...



Comment pousser
les collaborateurs à
lire/ regarder mon contenu ?

Faire en sorte que vos contenus soient vus et lus

Travailler les accroches

Varier les formats

(vidéos, infographies, podcasts, meme, gifs...)

Encourager l'interaction

Privilégiez vos médias propres

(collaborateurs, bureaux, événements...)

**Suivre les données
et adapter sa stratégie**

Choisir le bon timing et canal

**Vidéo présentation de
séminaire**

**On regarde ça
de plus près ?**

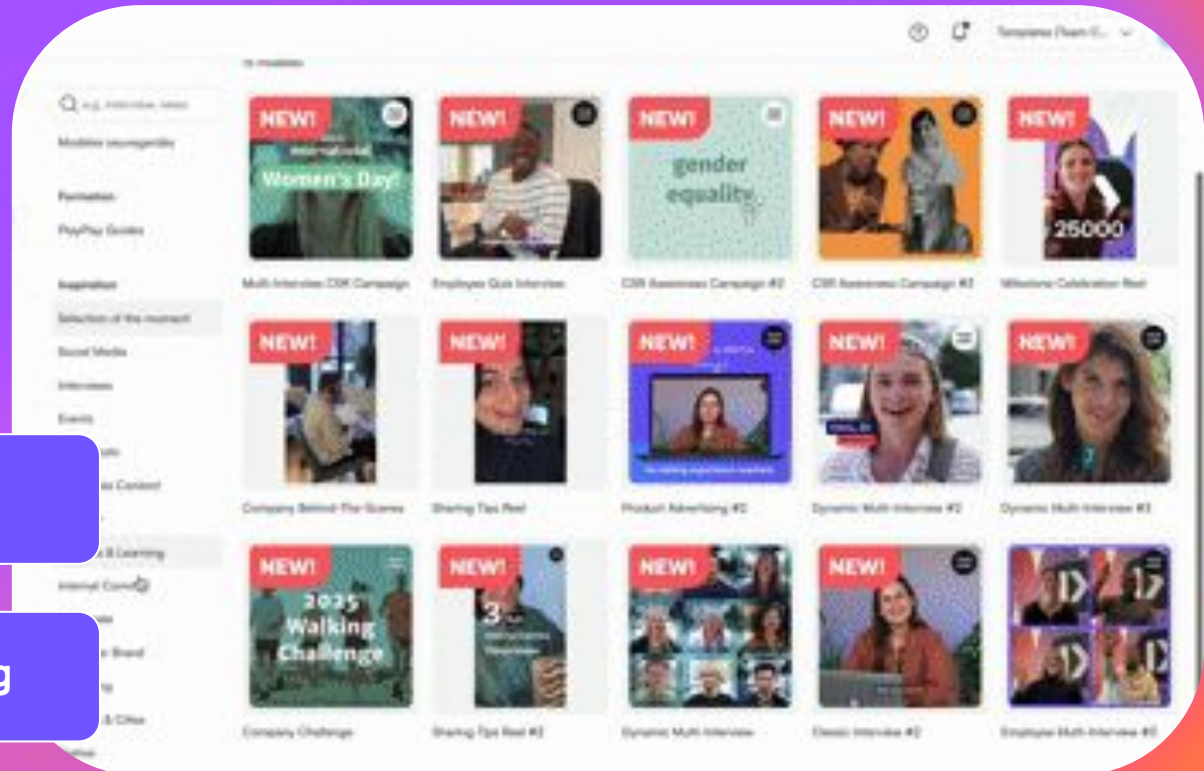
Regarder ▶

Inspirez-vous
sur PlayPlay !

Inspirez-vous sur PlayPlay !

Internal Comm

Tutorial & Learning



Les fonctionnalités
qui vous seront utiles

Les astuces de nos expertes

Les fonctionnalités qui vous seront utiles

Voix-off IA

Assistant vidéo IA

(vidéo à partir d'une URL ou d'un document)

Éléments dynamiques

(personnages, illustrations, icônes, formes...)

Enregistrement d'écran

Lien cliquable en fin de vidéo

Nos idées créatives pour animer votre communication interne

Questions/Réponses

Nos idées créatives pour animer votre communication interne

Merci !

Donnez-nous vos retours sur cette session 

Enjeux majeurs de la communication interne en 2025

- Renforcer la cohésion d'équipe, même à distance.
- Accéder à l'information, où que l'on soit et facilement.
- Mobiliser les collaborateurs autour de valeurs communes (enjeux sociaux, environnementaux et éthiques).
- Intégrer de nouvelles technologies pour des échanges efficaces.