

# Comment transformer votre communication à distance avec des images et des vidéos

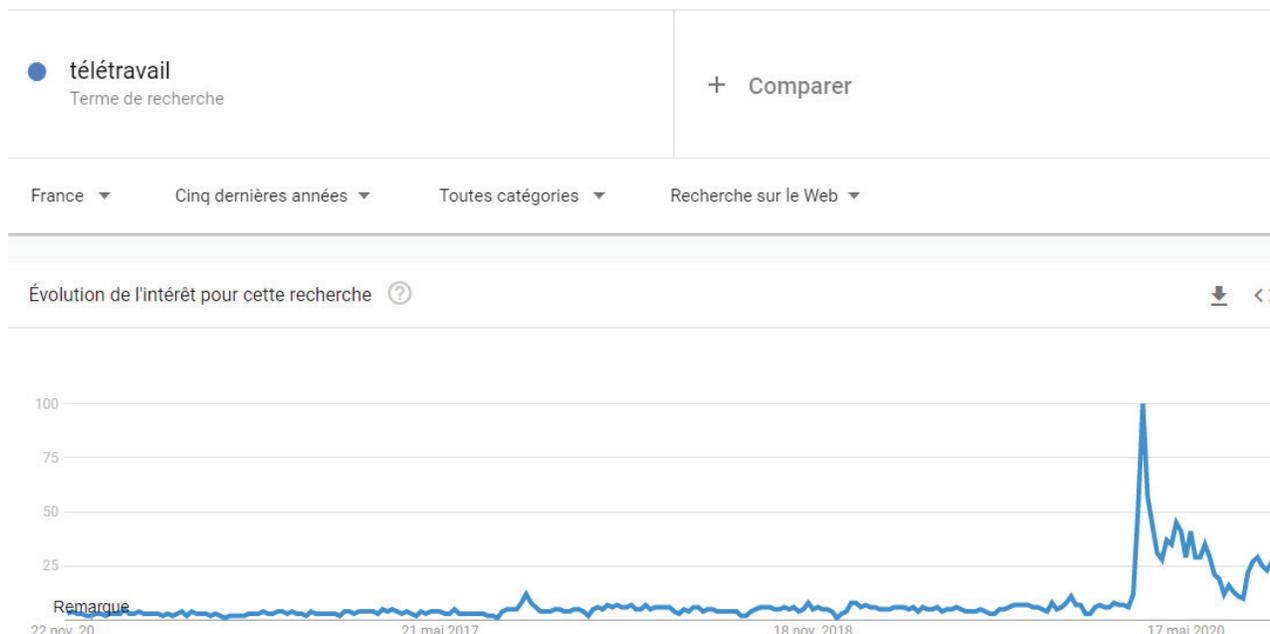
Découvrez comment communiquer efficacement avec des images et des vidéos en période de télétravail.



# Transformez votre communication à distance

Avec le développement du télétravail liée à la pandémie de Covid-19, les réunions au bureau ne sont plus qu'un lointain souvenir.

L'explosion des recherches pour le mot-clé « télétravail » montre la nécessité de transformer nos méthodes de communication.



Dans ce guide, nous faisons l'état des lieux de l'environnement professionnel et nous vous montrons comment contourner les obstacles à une communication efficace au sein de votre entreprise.

Nous vous aidons également à réaliser des changements simples en utilisant la vidéo, l'image ainsi que l'enregistrement et la capture d'écran dans votre stratégie de communication. Nous explorons enfin les bonnes pratiques pour encourager l'implication de vos collaborateurs, nécessaire au succès de l'entreprise.

1 <https://www.techsmith.fr/blog/essentiel-a-connaître-pour-réaliser-une-video-tuto/>  
2 <https://www.techsmith.fr/blog/comment-faire-enregistrement-ecran/>  
3 <https://www.techsmith.fr/blog/comment-enregistrer-votre-ecran/>  
4 <https://www.techsmith.fr/blog/qu-est-ce-qu-une-capture-d-ecran/>

## Souvenez-vous...

Nous allions au travail le matin. Les réunions se tenaient sur place, nous faisons un saut dans le bureau des collègues pour poser une question et le télétravail était une exception.

Aujourd'hui, le télétravail est devenu la norme.

La situation actuelle a profondément transformé notre manière de communiquer, probablement pour toujours.

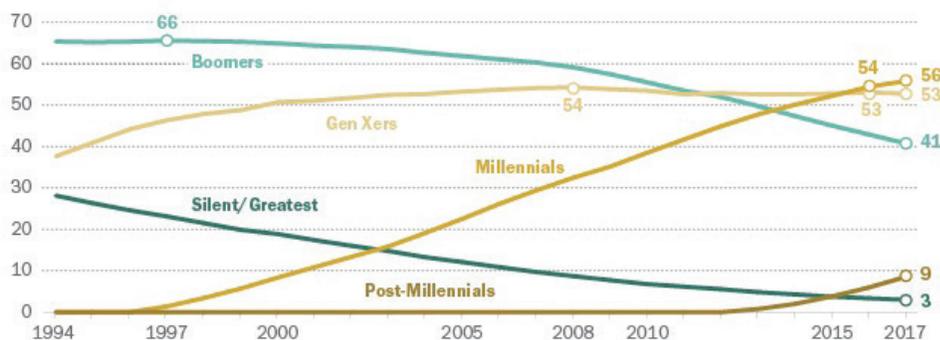
Heureusement, certaines transformations sont positives.

## Transformer la situation en opportunité

La révolution de l'iPhone a seulement une dizaine d'années. Les tablettes et les portables commencent à remplacer les ordinateurs de bureau. Le fax est devenu une antiquité. Et la génération Y est désormais majoritaire au sein de la population active aux États-Unis.

### Millennials became the largest generation in the labor force in 2016

*U.S. labor force, in millions*



Note: Labor force includes those ages 16 and older who are working or looking for work. Annual averages shown.  
Source: Pew Research Center analysis of monthly 1994-2017 Current Population Survey (IPUMS).

PEW RESEARCH CENTER

Aujourd'hui, nous utilisons en moyenne plus de quatre heures par jour notre téléphone et le temps global passé devant les écrans augmente avec les confinements.

La manière dont nous nous informons et communiquons a radicalement changé au cours de la dernière décennie. Aujourd'hui, le télétravail nous pousse à réinventer la communication à distance.

1 <https://theconversation.com/les-ecrans-dans-la-pandemie-ou-l-histoire-d-une-redecouverte-138325>



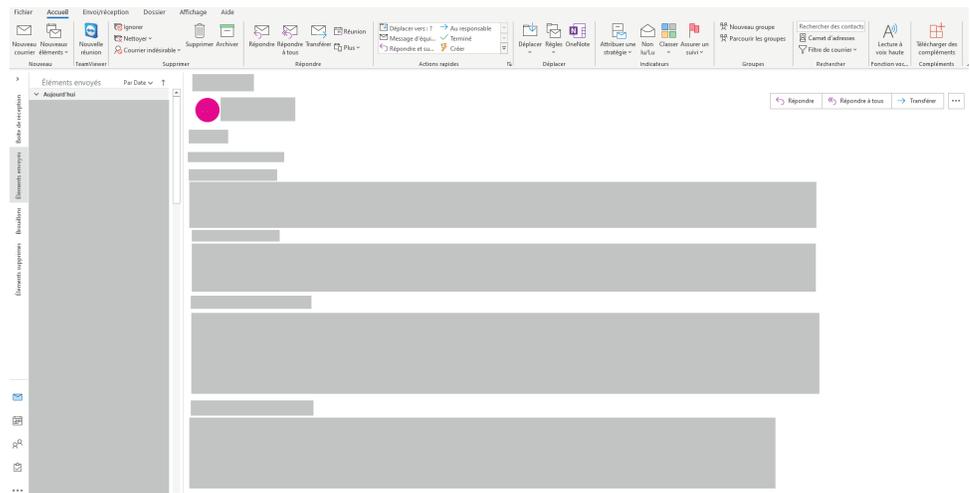
## Rompez avec la monotonie numérique

Au sein de nombreuses entreprises, la communication numérique est toujours extrêmement monotone.

L'e-mail est un outil précieux, mais composé exclusivement de texte, il perd tout son potentiel.

Dans un monde où nous sommes isolés de nos collègues, nous devons avoir une communication interne aussi performante que notre communication externe.

Pour la majorité de nos interactions, les longs textes et les conversations par e-mails sont désormais inadaptés.



La raison est simple : personne ne veut lire ces longs textes.

De plus, nous sommes constamment submergés d'e-mails.

Le contenu visuel est plus facile à assimiler, améliore la productivité et booste l'engagement. Mais les entreprises utilisent deux fois plus d'e-mails composés exclusivement de texte que d'autres moyens de communication.

Ce constat est particulièrement pertinent alors que la majorité des personnes sont actuellement en télétravail.

1 <https://www.techsmith.fr/etudes-communication-video.html>

Un sondage de l'Economist Intelligence Unit sur les obstacles à la communication en milieu professionnel montre que :

- 60 % des personnes interrogées utilisent les e-mails tous les jours. Mais seulement 40 % d'entre elles considèrent que c'est un moyen de communication très efficace.
- 44 % des participants estiment qu'une mauvaise communication a un impact négatif sur le temps d'accomplissement voire la réussite d'un projet, 33 % d'entre eux considèrent qu'elle affecte le moral, 25 % l'atteinte des objectifs et 18 % les ventes.
- 31 % des membres de la génération Y utilisent la messagerie instantanée au travail tous les jours, contre 12 % des baby-boomers.



# Communiquer à l'ère des open spaces et de la mondialisation

La technologie permet aux entreprises de toutes tailles d'opérer à l'échelle mondiale. Faire appel à des collaborateurs locaux ou permettre aux salariés de travailler à distance présente de nombreux avantages. Mais ces transformations compliquent également la communication, notamment en raison des fuseaux horaires et des barrières linguistiques.

Une étude menée sur deux ans à l'université de Stanford montre que malgré la complexité du télétravail, les employés sont plus efficaces de chez eux. Chez les télétravailleurs, la productivité augmente à hauteur d'une journée complète de travail supplémentaire chaque semaine, soit de 13 %, par rapport au groupe travaillant dans l'entreprise.

Parmi ces 13 %, 9 % s'expliquent par une meilleure répartition du travail et les 4 % restants par un cadre moins distrayant. Non seulement les télétravailleurs prennent moins de pauses et d'arrêts maladie, mais ils sont également deux fois plus concentrés.



Cependant, la moitié des participants a préféré arrêter de travailler à domicile après l'étude.

**L'explication est simple :** l'isolement.

En quelques mois, notre réalité a radicalement changé. La proportion de salariés en télétravail a augmenté et ils n'ont souvent pas le choix. Dans ce contexte, l'efficacité de la communication est plus importante que jamais.

Les réunions sont plus difficiles à organiser. Les appels professionnels à la maison peuvent vite devenir stressants. Les personnes ont plus de mal à décrypter le langage corporel de leurs interlocuteurs et à rester en contact.

**Travailler dans un monde où nous ne pouvons pas voir nos collaborateurs en personne nous oblige à trouver de nouveaux moyens de communication.**

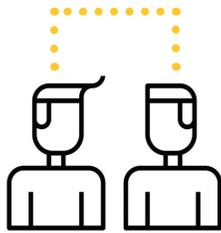
1 <https://www.bienetre-pro.com/letude-a-mesure-performance-teletravail/>



## État actuel de la communication interne

Les problèmes de communication interne existaient déjà avant l'explosion du télétravail. La collaboration entre les différents départements ou les interactions hiérarchiques peuvent également poser problème.

Il ne suffit pas de parler la même langue et de partager des objectifs pour se comprendre sans malentendu. En outre, de nombreuses organisations ne profitent pas du savoir-faire des experts répartis dans les différents départements.



► **Il ne suffit pas de parler la même langue et de partager des objectifs pour se comprendre sans malentendu.**

## Pourquoi la communication interne est importante pour votre entreprise

Chaque entreprise est unique par sa taille, ses objectifs, son secteur d'activité et son fonctionnement. Cependant, le partage de connaissances et d'informations en interne est toujours une stratégie bénéfique. Pour favoriser cette pratique, vous devez non seulement fournir les outils nécessaires à vos employés, mais aussi faire évoluer votre manière de communiquer.



# Les images : la clé d'une communication efficace

Les vidéos, les captures et les enregistrements d'écran sont très efficaces car nous intégrons mieux les messages visuels. Nous retenons seulement 10 % de ce que nous entendons après trois jours, mais ce taux de rétention grimpe à 65 % si le message s'accompagne d'un visuel pertinent. De plus, les visuels sont extrêmement polyvalents.

## Trois façons simples d'utiliser les images pour communiquer à distance

- 1 Intégration de nouveaux collaborateurs
- 2 Formation interne
- 3 Partage de commentaires

Le contenu visuel peut être utilisé en interne dans de nombreux contextes. Il est par exemple très utile pour l'intégration de nouveaux salariés, le matériel de formation ou le partage de retours.

Le contenu visuel représente aussi un gain de temps car notre cerveau traite l'information plus rapidement. Une image transmet un message plus clair et concis, et elle garantit aux employés une expérience globale cohérente, sans quiproquo.

Avant de vous montrer comment transformer votre communication interne, analysons pourquoi cette évolution est indispensable.

Notre étude intitulée « The Value of Visuals » nous a montré que les entreprises ne parviennent pas à améliorer la productivité et la satisfaction de leurs employés.

### Les avantages de la communication avec des vidéos, enregistrements et captures d'écran pour votre entreprise :

- un message clair et concis
- une expérience globale cohérente pour tous les employés
- un gain de temps grâce à une information transmise plus rapidement
- un message que l'on peut réutiliser dans plusieurs contextes

1 <https://www.techsmith.fr/etudes-communication-video.html?wvideo=78o6tl4tz7>

# Idées reçues sur le contenu visuel pour la collaboration à distance et le partage de connaissances

Trois obstacles principaux empêchent la collaboration ou le partage de connaissances entre salariés. Évitez ces pièges pour optimiser votre stratégie de communication.

## Idées reçues (à oublier !) sur le contenu visuel pour la collaboration à distance et le partage de connaissances

- 1 c'est trop long
- 2 Il faut être spécialiste
- 3 Il faut une stratégie complexe

Examinons ces idées reçues et voyons comment les contourner.

## Idée reçue n°1 : c'est trop long

Investir du temps dans la création d'une vidéo, d'un enregistrement d'écran ou d'une image modifiée va souvent de pair avec une exigence de qualité. À l'heure où nous regardons près d'un milliard d'heures de vidéos sur YouTube chaque jour, la volonté de perfection est effectivement plus forte que jamais.

Mais toutes les vidéos ne nécessitent pas une qualité haut de gamme. Si vous êtes perfectionniste, prenez le temps de réfléchir à votre objectif et à votre public. Ces deux critères permettent de déterminer le degré de perfection à atteindre.

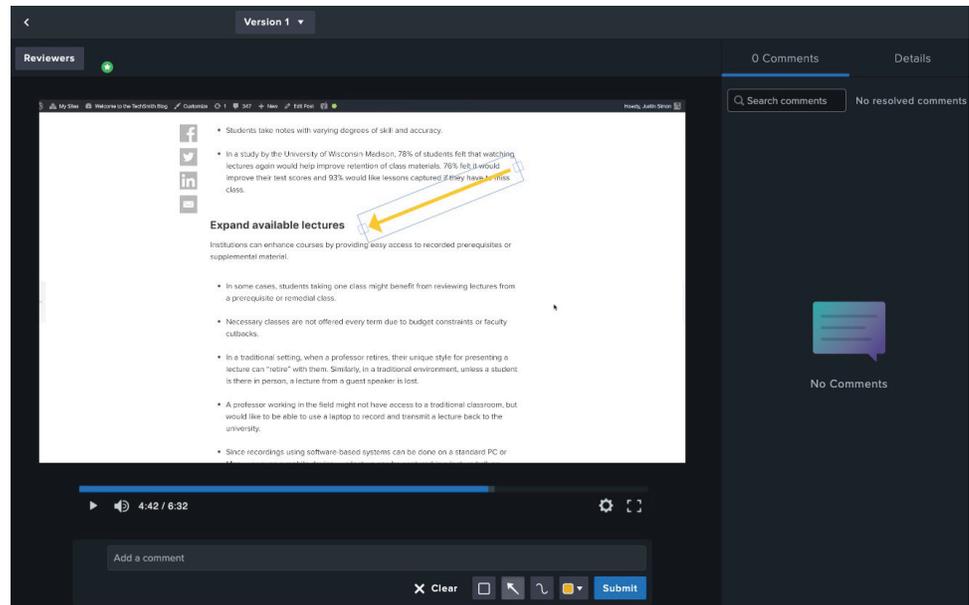
Donnez confiance à votre équipe en expliquant clairement quel type de contenu doit être haut de gamme, comme la communication externe ou les messages importants, et celui dont la création exige moins d'efforts.



## Idée reçue n°2 : il faut être spécialiste

Se lancer dans la création de visuels peut stresser vos collaborateurs s'ils ignorent que cette méthode de communication est parfaitement accessible. En effet, la réalisation d'un premier visuel est un jeu d'enfant.

La technologie a profondément bouleversé notre manière de communiquer. Avec des logiciels comme Camtasia, Snagit ou Video Review, vous pouvez rapidement et facilement créer puis partager des contenus visuels haut de gamme pour optimiser la diffusion de vos messages.



Cette image montre une vidéo chargée dans Video Review pour que tous les membres de notre équipe puissent vérifier les informations et faire des retours.

Avec une simple vidéo de six minutes, nous avons pu éviter d'organiser toute une réunion.

Pas besoin d'expertise pour utiliser nos outils ! Nous savons que la création de contenus numériques pour enseigner, former et donner des explications prend parfois du temps. De plus, utiliser un nouveau logiciel est souvent déstabilisant.

Notre mission est donc de développer des logiciels faciles d'utilisation que tous vos collaborateurs peuvent maîtriser rapidement.

- 1 <https://www.techsmith.fr/camtasia.html>
- 2 <https://www.techsmith.fr/capture-ecran.html>
- 3 <https://www.techsmith.fr/video-review.html>

## Idée reçue n°3 : il faut une stratégie complexe

Élaborer une stratégie de communication visuelle n'est pas un processus complexe. Au contraire, cela doit vous faciliter la vie. Vous pouvez utiliser les visuels de multiples manières pour améliorer la transmission de votre message.

Commencez par réfléchir aux objectifs que vous voulez atteindre avec votre contenu visuel. Ensuite, confiez cette mission à vos collaborateurs et guidez-les pour démarrer.



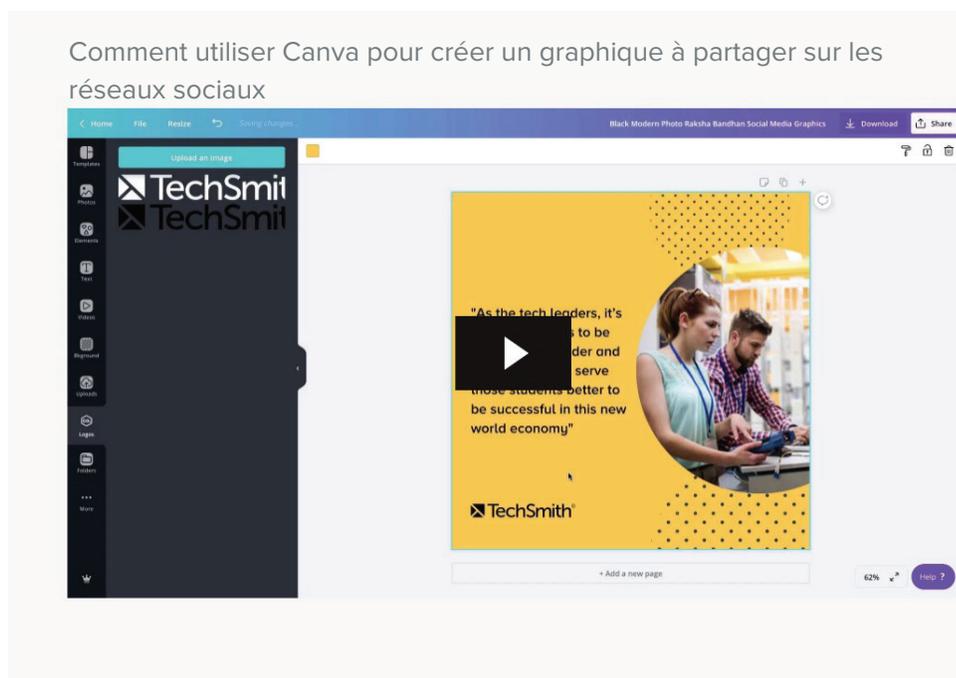
## 6 idées pour commencer à utiliser les visuels dès maintenant

Un contenu visuel pertinent peut optimiser la communication interne de votre organisation. Découvrez des cas d'utilisation standard pour vous aider à débiter :

### 1. Vidéos d'intégration et de formation

Il est difficile de former de nouveaux collaborateurs à distance. D'un autre côté, la quantité d'informations à assimiler quand on débute dans une entreprise est très importante.

Facilitez l'intégration des nouveaux salariés en créant des enregistrements d'écran avec commentaires pour apprendre à utiliser les programmes standards de votre organisation.



C'est un procédé gagnant-gagnant : vos collaborateurs peuvent revoir la vidéo au besoin et vous gagnez du temps en évitant d'organiser des séances de formation en direct.



## 2. Déploiement et présentation de logiciel

Adoptez les captures et enregistrements d'écran pour montrer à vos employés comment utiliser de nouveaux programmes ou logiciels lors d'un déploiement en interne. Vous pouvez également apporter des réponses aux questions les plus fréquemment posées, et ainsi offrir à votre personnel des solutions faciles et réutilisables.

## 3. Webinaires enregistrés et événements en direct

Si votre équipe marketing organise un webinaire ou un événement en direct pour des clients, partagez l'enregistrement en interne afin de tenir tous les collaborateurs informés. Puisque votre équipe se donne la peine de créer du contenu, autant le rentabiliser.

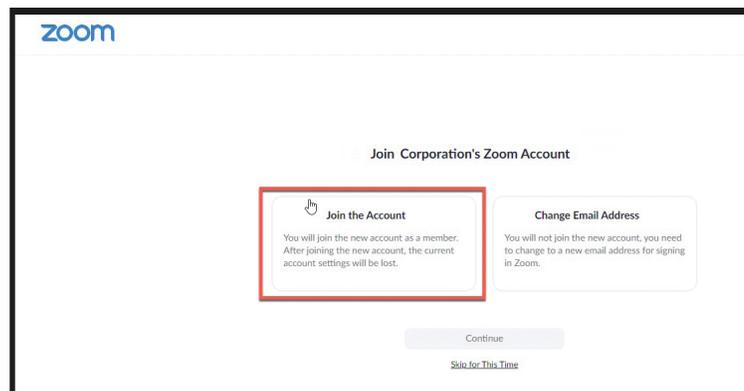
Voici l'exemple d'un récent webinaire créé pour TechSmith :



## 4. Échange d'information

Mise à jour, explication, résultats... vous avez sans cesse des informations à partager. Si ces informations proviennent d'un département spécifique, l'équipe concernée peut sans doute les communiquer plus rapidement et plus facilement.

Une simple image peut être d'une efficacité étonnante pour expliquer clairement quelque chose au plus grand nombre.

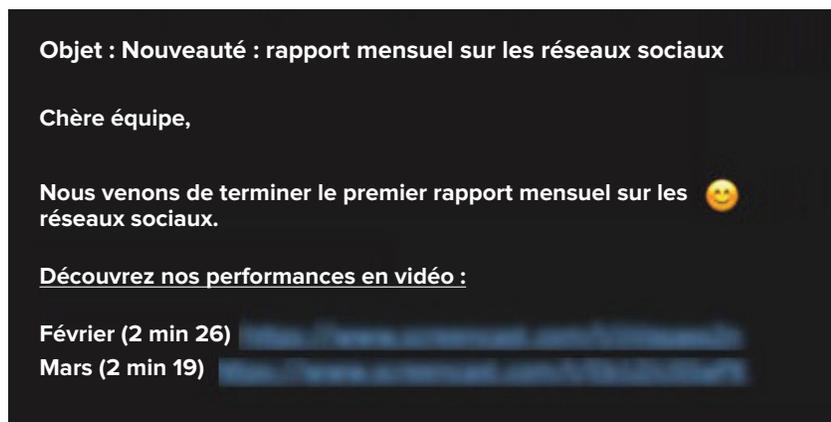


1 <https://www.youtube.com/watch?v=BmLM9LeEvbs>

## 5. Créez le buzz

Utilisez des vidéos très attrayantes pour attirer l'attention de vos collaborateurs sur un événement, une opportunité ou une étape majeure dans l'histoire de l'entreprise. Les personnes les mieux placées pour créer le buzz sont celles qui sont également impliquées dans le scénario.

Par exemple, si votre community manager crée un rapport mensuel sur les performances, vous pouvez le partager avec toutes vos équipes sous forme de vidéo.



## 6. Partage de retours

Faire et recevoir des retours sur des projets n'est pas toujours facile. Les équipes restent souvent dans l'attente de commentaires qui tardent à venir. Parfois, les commentaires sous forme de longs paragraphes sont équivoques.



Les retours visuels permettent de réduire le temps passé à échanger des e-mails et facilitent la communication entre toutes les personnes concernées. En outre, ils facilitent et accélèrent considérablement le processus d'approbation.

## Débutez en douceur

Nous conseillons à nos clients de procéder par étape. Parmi vos employés, commencez par trouver les personnes talentueuses qui ont envie de prendre en charge votre communication visuelle et donnez-leur les outils nécessaires pour réussir. Quand une ou deux personnes se lancent dans la communication visuelle avec des vidéos, des captures et des enregistrements d'écran, on constate souvent un effet boule de neige.

Les autres commencent à regarder les contenus et à interagir. Les collègues posent des questions pour apprendre à créer des visuels eux-mêmes. À partir de là, vous pouvez mettre en place des processus standardisés pour optimiser les contenus.

### Étape 1 : sortez du flou

Demandez directement à vos employés comment ils préfèrent communiquer et quels obstacles s'y opposent. Avec ces informations, vous pourrez définir les objectifs et besoins spécifiques de votre organisation.

### Étape 2 : faites appel aux talents de l'entreprise

Trouvez quelques collaborateurs talentueux dont vous savez qu'ils aiment communiquer ou partager des connaissances.

### Étape 3 : communiquez vos attentes

Expliquez clairement l'intérêt des visuels à vos employés et les bénéfices qu'ils vont en tirer. N'hésitez pas à mentionner le gain de temps et l'amélioration des processus de travail.

### Étape 4 : créez un portail de communication interne

Cet espace vous permet de réunir tous les outils et ressources d'apprentissage, avec leurs instructions et les différentes maquettes disponibles.

### Étape 5 : incitez les employés à utiliser votre nouveau moyen de communication

Diffusez cette nouvelle façon de communiquer au sein de votre entreprise. Vous pouvez par exemple encourager les membres de votre équipe à créer une image, une vidéo ou un enregistrement d'écran tous les mois.





## Et maintenant, par où commencer ?

Vous vous demandez peut-être comment vous lancer.

Depuis l'explosion du télétravail, beaucoup de choses ont changé. La majorité de ces changements concerne nos méthodes de communication.

Nous avons abandonné nos anciennes manières de communiquer pour nous adapter à la situation actuelle.

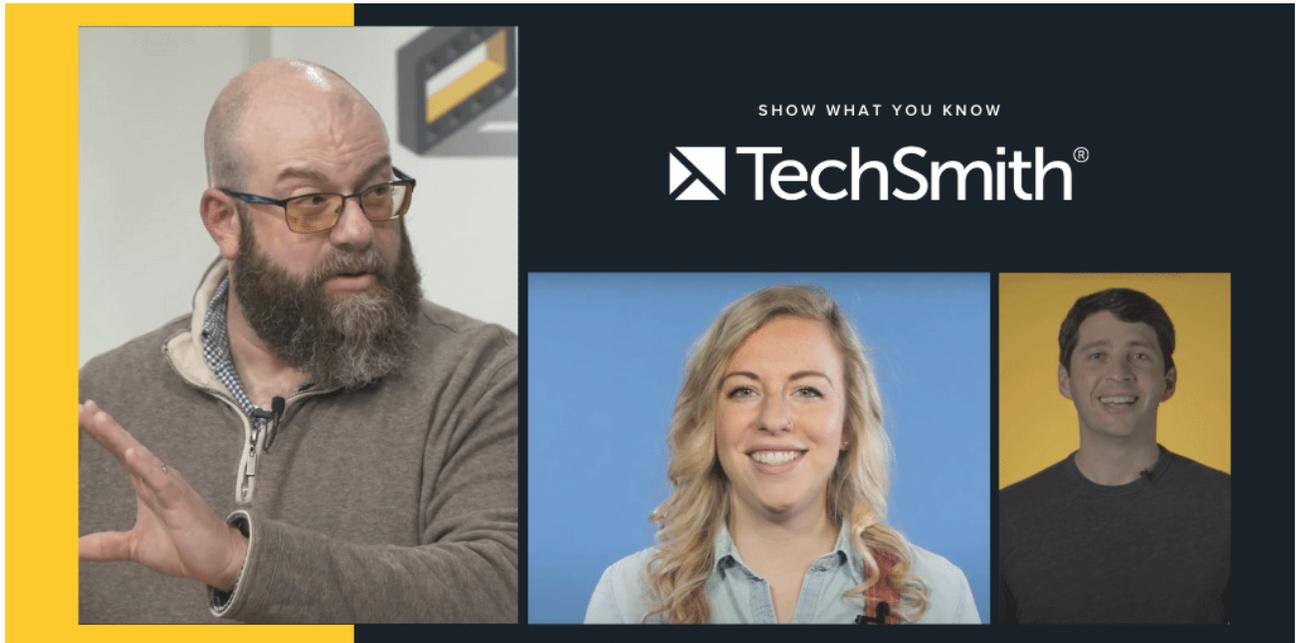
Nous organisons désormais des visioconférences avec nos collaborateurs pour prendre des nouvelles. Comme nous ne sommes plus au bureau, nous créons désormais des vidéos pour montrer aux collègues comment réaliser certaines tâches. Nous faisons des captures d'écran de nos performances mensuelles pour les partager avec les équipes.

Adopter une nouvelle manière de communiquer est à votre portée. Si le défi vous impressionne, sachez que vous êtes capable de le relever. Pour vous lancer, vous pouvez vous inspirer des suggestions de notre guide.

Alors à vous de jouer !

## À propos de TechSmith

Depuis plus de 30 ans, TechSmith propose à ses clients d'utiliser la vidéo et d'autres supports visuels pour partager et enseigner.



Nous connaissons bien l'enseignement supérieur. En effet, des centaines de milliers d'enseignants nous font déjà confiance et utilisent quotidiennement Snagit, Camtasia, and Knowmia (anciennement TechSmith Relay) pour créer et partager des vidéos, ou tout autre contenu visuel, afin de construire des communautés d'apprentissage actives en ligne.

Ce guide s'adresse aux novices comme aux experts de l'enseignement à distance. L'objectif est de vous montrer comment créer facilement des expériences d'apprentissage attrayantes qui aident les étudiants à réussir.





---

## Show What You Know

 TechSmith Snagit™

 TechSmith Camtasia™

 TechSmith Knowmia®  
FORMERLY TECHSMITH RELAY®

---

Contactez TechSmith :

 +1 517 381 5901  [www.techsmith.fr](http://www.techsmith.fr)