



Témoignages clients vidéo

L'outil ultime pour convaincre et fidéliser



Sommaire

01	Le pouvoir de la preuve sociale en vidéo	2
02	Les bénéfices stratégiques des témoignages clients vidéo	3
03	Les bonnes pratiques pour un témoignage client impactant	4
04	Cas client : Success story	5
05	Intégrer les témoignages vidéo dans une stratégie digitale performante	9
06	Mesurer et amplifier le ROI	11
07	Pourquoi choisir Clipe ?	12

01

Le pouvoir de la preuve sociale en vidéo

Un contexte où l'authenticité est reine

Dans un environnement saturé de publicités et de contenus sponsorisés, les consommateurs comme les décideurs B2B recherchent des preuves tangibles et crédibles avant de s'engager.

Aujourd'hui, 92 % des acheteurs déclarent faire confiance aux recommandations d'autres clients plus qu'à tout autre message marketing.



Pourquoi la vidéo est incontournable ?

Le témoignage client vidéo dépasse les simples mots. Il capture :
L'émotion et l'authenticité d'un visage et d'une voix.

L'histoire complète : le problème rencontré, la solution trouvée, les résultats obtenus.

Une dimension humaine qui permet l'identification et l'empathie.

De plus, la vidéo est facile à consommer et à partager : sur un site web, les réseaux sociaux, dans un email ou même lors d'un événement.

Clipe : expert du témoignage client vidéo sur mesure

Chez Clipe, nous créons des vidéos de témoignages clients sur mesure qui allient narration forte et qualité visuelle.

Notre mission : aider les marques à transformer la parole de leurs clients en un levier de confiance et de conversion.

02

Les bénéfices stratégiques des témoignages clients vidéo

01

Renforcer la crédibilité et la confiance

Un témoignage client vidéo agit comme une recommandation directe. Voir et entendre un client réel parler de son expérience avec votre produit ou service renforce immédiatement la confiance.

02

Influencer la décision d'achat

Selon une étude Wyzowl, 79 % des consommateurs déclarent qu'une vidéo de témoignage les a convaincus d'acheter un produit ou service. En B2B, ce chiffre est encore plus élevé, car les décisions sont souvent basées sur la réduction des risques perçus.

03

Créer un lien émotionnel durable

Grâce au storytelling visuel, un témoignage vidéo déclenche une connexion émotionnelle qui dépasse les arguments rationnels. Cela favorise la mémorisation de la marque et la fidélisation.

04

Diffuser une image authentique et humaine

Les témoignages vidéo replacent le client au centre. Ils montrent que l'entreprise valorise et écoute ses clients, renforçant ainsi sa réputation et son attractivité.

03

Les bonnes pratiques pour un témoignage client impactant



Choisir le bon ambassadeur

Privilégier un client satisfait, représentatif de votre cible, capable d'exprimer clairement son expérience.



Préparer l'interview sans dénaturer la spontanéité

- Élaborer une trame de questions ouvertes.
- Laisser la place aux anecdotes et émotions.



Structurer le récit

1. Problème : la situation avant votre solution.
2. Solution : comment votre produit/service a aidé.
3. Résultats : les bénéfices concrets.



Optimiser le format et la durée

- 1 à 3 minutes pour une utilisation web.
- 30 à 45 secondes pour les réseaux sociaux.



Soigner la qualité technique et esthétique

Image, son, éclairage et habillage graphique doivent refléter la qualité de votre marque.



Respecter la charte éditoriale

Le ton, le style et l'univers visuel doivent rester cohérents avec votre identité.

04

Cas client : Success story

NEXTOO LESAFFRE 

Cas 1

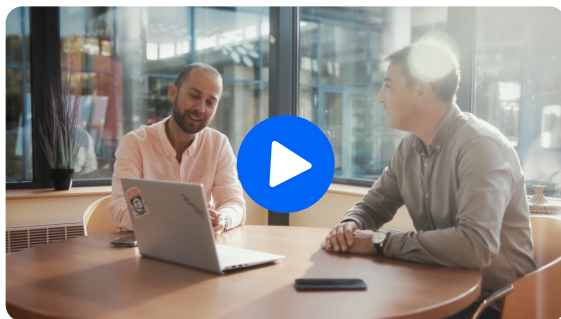
Nextoo et Lesaffre : un partenariat de confiance

Contexte

Nextoo, développeur de solutions numériques sur mesure, souhaitait valoriser sa collaboration avec Lesaffre, leader mondial de la fermentation.

Objectif

Mettre en lumière un partenariat technique fondé sur la confiance et l'humain.



Solution Cliple

Alternance entre prises de parole authentiques et plans d'illustration soignés, le tout baigné d'une lumière naturelle. Combinaison d'un format texte et oral pour souligner les points forts de la collaboration.

Résultats

Vidéo diffusée en interne et en externe, utilisée lors d'événements et sur LinkedIn pour renforcer l'image de marque et la crédibilité du partenariat.
+35 % d'engagement sur les posts LinkedIn avec la vidéo par rapport aux contenus classiques.

Le + Cliple

Un format rythmé qui donne la parole pour valoriser le lien humain autant que l'expertise.

Cas 2

Trato TLV et Les Mousquetaires : immersion sur le terrain

Contexte

Trato TLV, spécialiste en éclairage industriel, collabore avec le groupe Les Mousquetaires sur des projets d'envergure.

Objectif

Illustrer la solidité de la collaboration et le savoir-faire déployé sur chantier.



Solution Cliple

Tournage au plus près de l'action, alternant images de la réalisation et échanges naturels entre partenaires. Pas de mise en scène, mais une immersion brute dans le quotidien du projet.

Résultats

Contenu impactant pour les canaux digitaux et présentations clients, positionnant Trato TLV comme un partenaire fiable et opérationnel. +50 % de vues sur les réseaux sociaux dans les 3 semaines suivant la diffusion.

Le + Cliple

Une immersion terrain, sans artifice, où le savoir-faire se raconte en toute simplicité.

Cas 3



Skeat et Molitor : l'élégance au service de l'expérience client

Contexte

Skeat, solution digitale de paiement et commande, équipe le mythique hôtel Molitor à Paris.

Objectif

Montrer comment la technologie de Skeat améliore l'expérience client tout en restant invisible.



Solution Cliple

Un témoignage élégant et immersif, tourné dans un lieu iconique, avec des plans travaillés qui reflètent le haut de gamme et la discrétion de la solution.

Résultats

Vidéo diffusée auprès de prospects B2B et sur les réseaux sociaux pour séduire d'autres établissements premium. Engagement moyen de 75 % sur la vidéo (durée de visionnage complète).

Le + Cliple

Un témoignage qui incarne l'exigence et la discrétion de la solution, tout en valorisant le prestige du lieu.

Cas 4

Obat : des utilisateurs qui parlent vrai

Contexte

Obat, logiciel de devis et facturation pour artisans, voulait mettre en avant la satisfaction de ses utilisateurs.

Objectif

Créer un format court, direct et engageant pour les réseaux sociaux.



Solution Cliple

Tournage face caméra, sans mise en scène, donnant la parole à des artisans qui expriment leur expérience avec authenticité. Format vertical optimisé pour Instagram, TikTok et LinkedIn.

Résultats

Engagement fort sur les réseaux sociaux et taux de visionnage supérieur à la moyenne du secteur. +60 % d'engagement sur Instagram et TikTok par rapport aux publications précédentes.

Le + Cliple

Un format court et vertical qui capte l'attention et transmet la confiance des utilisateurs.

05

Intégrer les témoignages vidéo dans une stratégie digitale performante

Optimisation SEO

Pour maximiser la visibilité, chaque témoignage vidéo doit être optimisé pour le référencement :

- Titres et descriptions intégrant des mots-clés stratégiques (témoignage client vidéo, vidéo B2B).
- Transcription textuelle pour faciliter l'indexation.
- Miniature engageante pour inciter au clic.

Diffusion multicanale

- Le témoignage vidéo gagne en impact lorsqu'il est diffusé sur plusieurs supports :
- **Site web** : page dédiée "Témoignages et cas clients" avec filtres par industrie ou problématique, intégration de 3 à 4 vidéos phares sur la homepage et présence d'un témoignage sur les pages produits/services pour renforcer la preuve sociale.
- **Réseaux sociaux** : formats courts et dynamiques pour LinkedIn, Instagram ou TikTok.
- **Emailing** : intégration dans les campagnes de nurturing et les séquences commerciales.
- **Événements** : diffusion lors de salons, conférences ou webinaires.

Mesurer l'efficacité

- Suivre les bons indicateurs est essentiel pour évaluer la performance :
- Taux de visionnage et durée moyenne.
- Taux de clics et interactions sur les emails ou posts.
- Impact direct sur les leads et conversions.

Créer un écosystème de contenus

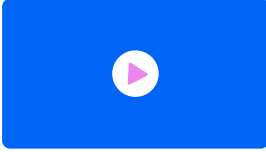
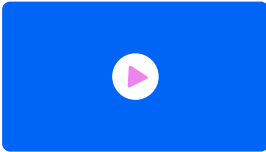
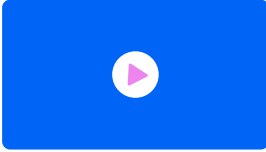
- Un témoignage client vidéo peut vivre sous de nombreuses formes :
- Découpage en extraits courts, citations ou visuels inspirants.
- Publication régulière de success stories sur LinkedIn.
- Mise en avant d'un "client du mois" dans la newsletter.
- Réutilisation dans vos webinaires ou présentations clients.

Objectif

Ancrer la preuve sociale sur tous vos points de contact pour inspirer confiance et renforcer l'efficacité de votre stratégie digitale.

Exemple de campagne

Vidéos témoignages client



Site web

- Page "Témoignages clients" : hébergez la vidéo complète, accompagnée d'un texte descriptif et d'un CTA clair ("Demandez une démo").
 - Intégrez un extrait sur votre homepage ou vos pages produits pour prouver la valeur de votre offre.
- Point de contact principal – conversion directe.**

Emailing & séquences de nurturing

- Intégrez la vidéo dans vos campagnes de relance, newsletters ou emails post-rendez-vous.
- Utilisez une miniature cliquable qui renvoie vers la page vidéo sur votre site (pas YouTube).
- Mettez en place une relance automatique si la vidéo n'est pas visionnée.

Objectif : entretenir la relation et générer des leads qualifiés.

LinkedIn

- Publiez la vidéo native pour favoriser l'algorithme.
- Ajoutez un lien en commentaire vers votre page "Témoignages".
- Relancez avec un post de type "success story" 15 jours plus tard.
- Sponsorisez la publication auprès de vos comptes cibles (campagne ABM).

Objectif : visibilité B2B, notoriété, engagement.

Instagram & Facebook

- Créez des stories courtes et sous-titrées pour capter l'attention mobile.
- Publiez un extrait de 30 secondes avec un lien "En savoir plus" vers la page du site.
- Utilisez la vidéo dans vos campagnes publicitaires retargeting.

Objectif : capitaliser sur la proximité et le storytelling.

Landing page & CRM

- Centralisez toutes vos vidéos sur une landing page dédiée avec un formulaire ("Télécharger le livre blanc", "Demandez une démo").
- Connectez cette page à votre CRM (HubSpot, Salesforce, etc.) pour suivre les leads générés.

Mesurer et amplifier le ROI

Résultats concrets

Les témoignages clients vidéo apportent bien plus qu'un simple contenu marketing : ils agissent directement sur les performances commerciales et la perception de votre marque.

Ils permettent tout d'abord **d'augmenter le taux de conversion** : en rassurant les prospects et en leur offrant une preuve sociale authentique, les vidéos témoignages peuvent générer jusqu'à **+34% de conversions** sur une page produit.

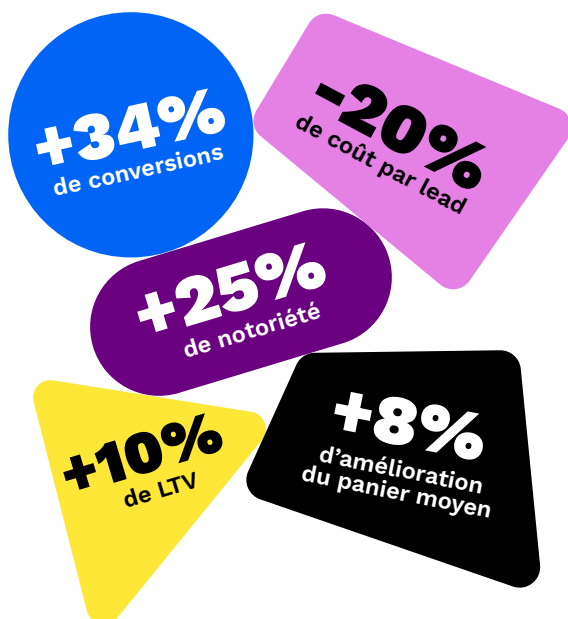
Elles peuvent également conduire à une **amélioration du panier moyen**, les clients ayant davantage confiance étant plus enclins à choisir des offres plus complètes ou premium, avec des gains observés autour de **+8%**.

Les témoignages vidéo contribuent aussi à une **réduction du coût d'acquisition (CAC)**, car un contenu authentique et engageant augmente l'efficacité des publicités et du référencement naturel, parfois jusqu'à **-20% de coût par lead**.

À plus long terme, ils favorisent **l'allongement de la durée de vie client (LTV)** grâce à une fidélisation accrue, avec des variations observées autour de **+10%**.

Enfin, ces vidéos **renforcent l'image de marque et la notoriété**, en donnant une dimension humaine et crédible à l'entreprise : la diffusion régulière de témoignages authentiques sur les réseaux sociaux ou dans les communications digitales peut accroître la notoriété assistée de **+25%**.

En résumé, les témoignages clients vidéo sont un levier puissant qui combine efficacité commerciale et valeur émotionnelle, offrant un retour sur investissement tangible tout en renforçant la confiance et l'attachement à la marque.



07

Pourquoi choisir Cliple ?

Expertise du témoignage client

Cliple est une agence spécialisée dans la production de témoignages clients B to B sur mesure, alliant authenticité, storytelling et performance.

Un accompagnement humain et sur mesure

Nous guidons chaque client du cadrage à la diffusion, avec une équipe dédiée et un processus fluide.

KPIs à suivre

- Taux de visionnage / durée moyenne
- Taux de clics sur les emails
- Nombre de leads générés après exposition
- Taux de conversion sur les pages contenant un témoignage

Une approche orientée impact client

Chaque vidéo est pensée pour servir vos objectifs : notoriété, fidélisation, conversion.

Tournage partout en France et à l'internationale

Grâce à notre communauté de réalisateurs présents dans plus de 35 pays, vos tournages s'organisent en moins de 48h, sans déplacement inutile.

Les bonnes pratiques et les KPIs pour maximiser vos témoignages vidéo

- Mentionner le nom, le poste et entreprise (avec autorisation)
- Favoriser l'authenticité
- Mettre à jour les vidéos tous les 18-24 mois
- Réutiliser les vidéos sur plusieurs canaux





Ciple est une agence spécialisée dans la production de témoignages clients B to B sur mesure, alliant authenticité, storytelling et performance.

Planifions ensemble votre prochain témoignage client vidéo

Contactez-nous !

+33 (0)3 74 44 86 74

www.ciple.com

hello@ciple.com

