

Le Zoo de San Diego se mondialise



Le Zoo de San Diego, qui s'étend sur une quarantaine d'hectares, se consacre à la protection des espèces menacées et de leurs habitats. Il abrite plus de 4 000 animaux rares et menacés, représentant plus de 800 espèces et sous-espèces. L'organisation se consacre à des travaux de protection et de recherche dans le monde entier et donne chaque année à des millions de personnes des informations sur la faune. Le zoo gère également les 700 hectares du Parc d'animaux sauvages du Zoo de San Diego, qui comprend une réserve de 360 hectares pour les espèces indigènes, regroupant plus de 3 500 animaux qui représentent plus de 400 espèces.

Des vidéos irrésistibles qui nécessitent de s'ouvrir au monde entier

La vidéo en ligne permet au Zoo de San Diego de communiquer directement avec les personnes qui aiment les animaux, tant à San Diego qu'ailleurs dans le monde. Le zoo a l'avantage de posséder d'adorables nouveau-nés qui permettent de réaliser des contenus vidéo absolument irrésistibles et attirants. Ce n'est toutefois pas simplement à l'émotionnel que s'intéresse le zoo, mais à la protection des animaux. Il produit des contenus sur les travaux de protection que réalisent ses chercheurs pour sauver des espèces menacées, des grenouilles aux éléphants, à l'état sauvage et dans les enclos.

Bien qu'il possède son propre réalisateur vidéo, traditionnellement la réalisation, la numérisation et l'édition des vidéos du zoo ont pris beaucoup de temps, exigeant des procédures complexes au moyen de la solution vidéo en ligne développée par le zoo. La coordination opportune des communiqués de presse vidéo sur les nouvelles expositions et les nouveaux animaux avec les publications sur le site Web représentait souvent un défi.

En outre, les vidéos du zoo ne pouvaient pas être partagées au-delà de son propre site Web, ce qui limitait sa capacité à développer un réseau mondial d'admirateurs du zoo et de défenseurs des animaux. Par conséquent, le zoo a pris la décision de s'appuyer sur une plate-forme vidéo en ligne éprouvée pour soutenir sa présence croissante sur le Web et de tirer parti de son immense médiathèque.

La solution Brightcove

Damien Lasater, Responsable Web du Zoo de San Diego, a choisi la plate-forme vidéo en ligne Brightcove en raison de sa réputation bien établie, de sa grande gamme de capacités de distribution et de sa facilité générale d'utilisation. Grâce à Brightcove, le zoo peut désormais publier et distribuer divers contenus vidéo sans le délai de plusieurs jours qu'il subissait auparavant. D'autre part, alors que le contenu vidéo du zoo résidait avant uniquement sur son site, Brightcove a permis au zoo d'élargir son public en ligne à ses admirateurs dans le monde entier, grâce à la facilité du partage et de la publication des contenus sur Facebook et Twitter.

D'après Lasater, Brightcove a été choisie en raison de plusieurs critères uniques :

- **La facilité d'utilisation :** grâce à Brightcove, le zoo dispose d'une solution intégrée unique pour couvrir la gamme de ses besoins en édition et distribution de ses vidéos en ligne, sans avoir recours à des ressources informatiques supplémentaires ou spécifiques à la vidéo. L'ensemble de la procédure vidéo en ligne est rationalisé et le zoo peut facilement créer, gérer et personnaliser ses vidéos grâce à la plate-forme Brightcove.
- **La distribution :** grâce aux fonctions de distribution de la vidéo de Brightcove, le zoo peut élargir considérablement son public en ligne en permettant à ses admirateurs de partager et publier facilement des contenus sur les sites populaires des réseaux sociaux. Les admirateurs du zoo peuvent également interagir et communiquer

directement avec le contenu vidéo grâce aux plugins sur les lecteurs vidéo.

- **L'engagement des utilisateurs** : est important que le Zoo de San Diego continue à proposer de nouveaux contenus vidéo intéressants afin de satisfaire son public en ligne grandissant. Il existe des chaînes de télévision entièrement consacrées aux travaux réalisés par des organisations comme le Zoo de San Diego. Ainsi, les gens peuvent suivre attentivement leurs contenus vidéo afin de surveiller des événements comme les réussites en matière de reproduction, les nouvelles naissances et les travaux du zoo avec les espèces menacées. La plate-forme Brightcove garantit que le zoo peut télécharger facilement et en toute cohérence ses contenus, visant à procurer à ses admirateurs du monde entier la meilleure expérience en ligne possible.

« Brightcove nous a permis de découvrir de nouvelles perspectives pour notre contenu vidéo et sa distribution, » dit Lasater. « Chaque jour, nos collaborateurs contribuent à des recherches révolutionnaires ou nous accueillons une nouvelle espèce menacée au sein de notre famille. Notre capacité à capturer ces expériences sur vidéo et à les partager rapidement avec nos supporters dans le monde entier est fondamentale. Grâce à Brightcove, cette procédure est désormais encore plus performante. »


Une réussite instantanée

Depuis le lancement de Brightcove, le Zoo de San Diego a constaté une différence notable dans sa capacité de publication et de distribution de son contenu vidéo sur le Web. Avant Brightcove, les équipes de réalisation des vidéos du zoo et du Web passaient plusieurs jours à réaliser, numé-

riser et publier les vidéos sur le site. Maintenant, grâce à la plate-forme Brightcove, cette procédure est quasiment instantanée. Cet atout profite également aux travaux de commercialisation du zoo parce qu'il est possible de relier d'importants événements et communications à un contenu vidéo qui est publié le jour même.

Le zoo a également enregistré une augmentation marquée du nombre de visiteurs sur son site Web grâce à l'amélioration de la navigation du lecteur et à l'accès à un contenu vidéo interrogeable. Ses admirateurs du monde entier contrôlent régulièrement si des mises à jour concernant leurs animaux et expositions préférés ou si des nouvelles à propos des travaux de recherche de pointe réalisés sont publiées. Il arrive que des admirateurs en ligne du zoo demandent un contenu vidéo spécifique, comme une fête d'anniversaire pour son panda, ce qui témoigne de la valeur du contenu vidéo publié par le zoo grâce à Brightcove.

Lasater a ajouté en conclusion : « Avant Brightcove, l'interactivité et les fonctions de partage manquaient à notre contenu vidéo, ne nous permettant pas d'élargir notre public vidéo. Maintenant, grâce à Brightcove, nos admirateurs peuvent facilement partager leurs vidéos préférées avec leurs amis et nous aider à faire la promotion de l'expérience du Zoo de San Diego. En facilitant le partage et la publication du contenu sur des sites populaires comme Facebook et Twitter, nous avons pu rapidement agrandir notre public, tout en ramenant les visiteurs vers l'expérience vidéo de marque de notre site Web. »



« Brightcove nous a permis de découvrir de nouvelles perspectives pour notre contenu vidéo et sa distribution. »

Damien Lasater, Responsable Web