

La vidéo est la nouvelle fiche technique du Web 2.0



Serena Software est une société de développement d'applications comptant 15 000 clients, dont 96 des 100 premières entreprises mondiales selon le classement Fortune 100. Société internationale privée, les activités de Serena visent à fournir à ses clients l'efficacité, la productivité et la visibilité informatique dans leurs besoins d'expansion. Afin que les sociétés puissent réduire leurs coûts et rationaliser leurs processus, Serena leur permet de créer rapidement un développement et des processus simples grâce à ses Business Mashups. Les Business Mashups rendent possible l'automatisation de processus quotidiens courants, ils sont visuels et ne nécessitent pas de codage.

La vidéo comme outil de commercialisation stratégique

Dès le début de l'ère du Web 2.0, Serena a reconnu que la vidéo était un outil puissant pour faire la promotion de sa marque et atteindre directement ses clients. La société a également compris intuitivement que ce type de contenu de marque avait davantage de potentiel viral et de partage que les fiches techniques traditionnelles ou d'autres documentations sur les produits.

Serena a pris la décision de lancer MashupTV, une ressource vidéo pour l'information à propos des Business Mashups. Serena a rapidement pris conscience des coûts élevés et de la complexité associés à la réalisation et à la maintenance de sa propre solution vidéo pour prendre en charge MashupTV. La société a donc décidé d'externaliser sa solution vidéo en ligne et de s'adresser à un fournisseur à la demande pour réduire ses coûts. Avec à cette époque-là la popularité exponentielle de YouTube, Serena a choisi Brightcove pour héberger son contenu de marque, parce que la société avait pour objectif de ramener les visiteurs vers son propre site Web, où elle pouvait mieux contrôler la qualité du contenu et l'expérience dans son ensemble.

La solution Brightcove

Michael Parker, Directeur principal de la commercialisation internationale, a choisi Brightcove dès qu'il en a connu les fonctions. Vu que Serena fournit des logiciels en mode SaaS, il utilise également les offres SaaS ou les offres à la

demande pour gérer efficacement ses propres activités. D'après Parker, Brightcove était le choix qui s'imposait en raison de sa série complète de fonctions de distribution, sa facilité d'emploi, sa polyvalence et son coût. Grâce à sa stratégie d'association de Brightcove pour son site de destination et de YouTube à des fins promotionnelles, Serena pouvait tirer parti du trafic inhérent de YouTube pour élargir son public tout en le ramenant vers un contenu de marque supplémentaire sur le site de MashupTV sur le réseau Brightcove.

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

- **La distribution** : Brightcove procure une approche polyvalente de la diffusion de vidéos, permettant à Serena de personnaliser sa stratégie de distribution. Serena peut élargir le public de ses contenus en permettant aux personnes qui visionnent ses vidéos de les partager facilement avec leurs amis, tout en ramenant les visiteurs vers son site. Serena peut aussi ajouter des plugins à ses lecteurs, permettant aux internautes d'interagir et de s'engager dans le contenu et créant ainsi de nouvelles opportunités de partage.
- **La facilité d'utilisation** : Brightcove fournit une solution intégrée unique qui répond à tous les besoins d'édition et de diffusion de vidéos de Serena et qui est accessible en ligne partout dans le monde. Serena peut facilement créer, gérer et personnaliser les lecteurs vidéo sans besoin de développement ou de ressources informatiques.
- **La polyvalence** : La plate-forme Brightcove repose

sur des normes ouvertes et est conçue pour une personnalisation complète prenant en charge les besoins, objectifs et exigences de marque uniques de Serena.

- **La qualité vidéo** : grâce à Brightcove, Serena peut proposer des expériences de visionnage d'une qualité traditionnelle ou HD. La fonctionnalité de diffusion dynamique de Brightcove ajuste automatiquement le débit des flux vidéo pour garantir la meilleure qualité vidéo possible, en tenant compte des conditions de la bande passante de l'utilisateur.
- **Le retour sur investissement** : en confiant à Brightcove tous ses besoins de vidéo en ligne, Serena peut se concentrer sur la création de contenus influents plutôt que sur la maintenance d'une solution coûteuse, développée en interne.

« YouTube est un mode de diffusion puissant en raison de son énorme public, mais nous voulions nous assurer de mettre en place une stratégie double pour rabattre notre public sur notre propre site, où nous pouvions mieux gérer l'expérience complète, » dit Parker. « Grâce à Brightcove, nous disposons d'une solution facile d'emploi et économique, qui nous procure la polyvalence qui nous est nécessaire pour créer des réseaux multiples et permettre à notre public de partager des contenus de marque de plusieurs manières différentes. »


Un retour sur investissement immédiat

Grâce à Brightcove, MashupTV a été lancée sur quatre chaînes vidéo spécifiques (Mashup Fun, Chalk Talks, Events et Customer Videos). Serena a également lancé sa campagne de commercialisation extrêmement réussie « JUST @\$% IT! » avec des bannières publicitaires en ligne et la

commercialisation sur les moteurs de recherche. La vidéo principale était publiée sur YouTube comme incitation pour rabattre le trafic vers la campagne complète sur MashupTV, où les utilisateurs pouvaient non seulement regarder la vidéo, mais aussi télécharger gratuitement des papiers blancs et des logiciels d'essai. La campagne a conduit des milliers d'internautes sur le site de MashupTV, permis de tripler le trafic global sur le site de Serena et de doubler le nombre de téléchargements de produits et d'essais gratuits. En outre, la plus grande récompense de commercialisation a pris la forme du prix OMMA 2008 pour la Meilleure campagne en ligne intégrée B2B, attribué à Serena.

Suite à la réussite de MashupTV, Serena envisage actuellement d'élargir son utilisation de Brightcove et de la commercialisation vidéo à l'ensemble de sa gamme de produits. La société prévoit de lancer des messages d'accueil vidéo associés à ses pages de renvoi et d'inscription. Serena étudie également la prochaine version de MashupTV, qui pourrait présenter des contenus produits par les utilisateurs et des fonctionnalités de vidéo mobile. Dans l'intervalle, Serena prévoit de réaliser un grand programme de rafraîchissement des contenus de MashupTV pour prolonger la réussite enregistrée à ce jour.

Parker a déclaré en conclusion : « À l'ère du Web 2.0, la vidéo est un réel outil de commercialisation pour les sociétés B2B. Grâce à Brightcove, nous pouvons proposer une expérience de site Web riche pour l'utilisateur, centrée sur les besoins du client, qui va bien au-delà de la simple publication de vidéo sur le Web. Nous sommes enchantés des résultats que nous avons enregistrés jusqu'à présent. Nous avons déjà amorti le coût de la solution. »



« Grâce à Brightcove, nous pouvons proposer une expérience de site Web riche pour l'utilisateur, centrée sur les besoins du client, qui va bien au-delà de la simple publication de vidéo sur le Web. »

Michael Parker, Directeur principal de la commercialisation internationale