



La stratégie des 100 premières marques sur Youtube

publié le 29/07/2015 - mis à jour le 06/08/2015

Descriptif :

Article CBNews du 20/07/2015

Postez le jeudi et faites long... Sur la base du top 100 Interbrand's Best Global Brands de 2014), Google, en collaboration avec Pixability, a étudié en profondeur les stratégies des 100 premières marques sur Youtube, allant des contenus mis en ligne, aux utilisateurs qui les regardent, aux dépenses publicitaires...

Au total, ce top 100 a généré un total de 40 milliards de vues. Près de la moitié d'entre elles ont été réalisées depuis l'année dernière, ce qui montre une croissance phénoménale. Le nombre de vidéos ayant plus d'1 million de vues chez les 100 plus grandes marques a augmenté de 29% de 2014 à 2015. Ces 100 marques ont uploadé 611,000 vidéos sur YouTube.

Au total, elles gèrent 2,434 chaînes sur YouTube (2,43 chaîne par marque en moyenne) et regroupent 73 millions d'abonnées (+47% par rapport à l'année dernière). 10% de leurs vidéos durent plus de 10 minutes. Ce qui contraste fortement avec le format publicitaire vidéo classique de 15 à 30 secondes. De fait, les marques investissent de plus en plus dans des formats long, très efficaces en terme de brand content.

Autre info étonnante : c'est le jeudi qui est le jour le plus favorable en terme de vues pour les vidéos des grandes marques. Ces marques enregistrent 90 millions de "like" contre "seulement" 8,9 millions de dislike, et 16 millions de commentaires ornent leurs vidéos.

Source : [CBNews](#)



**Académie
de Poitiers**

Avertissement : ce document est la reprise au format pdf d'un article proposé sur l'espace pédagogique de l'académie de Poitiers.

Il ne peut en aucun cas être proposé au téléchargement ou à la consultation depuis un autre site.