



La vidéo Vine ne dure que 6 secondes. Il faut une histoire et de l'humour. A l'image des .gifs, la vidéo Vine se doit d'être drôle et percutante.

Attendons de voir de quoi l'été sera fait : d'Instagram de couchers de soleil sur la plage améliorés grâce au filtre Valencia, ou de mini vidéos de crabes et de vendeurs de beignets ?

Mettre en scène sa marque

Jeux concours, conseils, promos ou teasers... Les marques n'ont pas tardé à **surfer sur l'instantanéité et la facilité de partage de Vine** pour se mettre en scène sur les **réseaux sociaux**.

Si l'exercice est très contraint (6 secondes de vidéo, pas plus !) il est possible avec un peu d'imagination de faire passer sur Vine des messages et des émotions, en peu de mots, en peu d'images. Orange l'a bien compris. L'opérateur a mis sur pied, en partenariat avec des humoristes, une opération au cours de laquelle les comédiens avaient 6 secondes pour répondre aux défis extravagants que les internautes leur envoyaient.

Comme beaucoup des dispositifs de marques qui font appel à Vine, le principal terrain de jeu reste **Twitter** sur lequel se partagent les propositions et les micro-sketches qui s'en suivent via le hashtag #4GS6. L'objectif du dispositif imaginé par l'agence Armstrong est de **promouvoir l'instantanéité de la 4G et cultiver la relation entre la marque et sa communauté** dans le cadre d'une opération de brand content innovante. Résultat, plus de 4 500 tweets répertoriés, plus de 2 000 défis lancés et 2,7 millions d'impressions obtenus sur **Twitter**, le temps de l'opération.

Une application plus populaire qu'Instagram

L'application **Vine est en train de dépasser Instagram en popularité**. Spécialisée dans le partage de vidéo ultra-courtes (de 6 sec), **cette application, lancée en janvier 2013 par Twitter, aurait atteint, selon les statistiques de Topsy, le 7 juin 2013, un pic de 3 000 000 de liens de partage.**

Forte d'une telle audience, elle a, par la même occasion, distancé la semaine dernière l'application de partage de photo d'Instagram (**Facebook**), dont le baromètre des liens de partage est déprimé, stagnant autour de 2 100 000, le même jour.

Même si ces statistiques ne donnent qu'un aperçu du nombre d'utilisateurs réguliers, elles sont symboliques du **succès croissant de Vine** qui a franchi le seuil de 13 millions d'utilisateurs début juin 2013.

Son succès s'explique par la disponibilité il y a une semaine de **l'application sur Android en plus de la version iOS**, s'ouvrant ainsi toute la base installée de ces smartphones.

Lancée par Twitter, Vine bénéficie aussi de son intégration technique au réseau de micro-blogging, ce qui dope son essaimage parmi ses millions de membres et d'abonnés.

Expertisme est une agence de Marketing et de Communication digitale spécialisée dans les Réseaux Sociaux. Elle propose d'accompagner, de définir les stratégies, les outils, la mise en oeuvre des plans d'action et de former vos collaborateurs (Organisme agréé et éligible au DIF) :

- > **Les Directions Marketing dans leurs stratégies globales sur Internet et les Réseaux Sociaux,**
- > **Les Directions Commerciales pour recruter et prospecter via les réseaux sociaux,**
- > **Les DRH pour passer au numérique pour sourcer et recruter des collaborateurs.**

Source : Analytics.topsy.com, 01net, JDN